

Máster en Enseñanzas artísticas

Creatividad y Desarrollo de Producto

Nivel 3, (MÁSTER) del MECES*

Guía docente de MARKETING

ESPECIALIDAD DISEÑO DE PRODUCTO

Curso 2020/2021

Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación • 3. Conocimientos recomendados 4. Competencias de la asignatura • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos 7. Volumen de trabajo/ Metodología • 8. Recursos • 9. Evaluación • 10. Bibliografía

1. Datos de identificación

DATOS DE LA ASIGNATURA			
Centro	Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters.		
Título Superior de Diseño	CREATIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO		
Departamento	Profesional		
Mail del departamento	CIENCIAS SOCIALES Y LEGISLACIÓN		
Nombre de la asignatura	MARKETING		
Web de la asignatura			
Horario de la asignatura	Miércoles de 18h a 21h		
Lugar donde se imparte	Aula 1.10	Horas semanales	3
Código	MARK-MASTP	Créditos ECTS	6
Ciclo	Posgrado	Curso	
Duración	Anual		
Carácter de la asignatura	Obligatoria		
Tipo de asignatura	Teórico-Práctica		
Lengua en que se imparte	Castellano		
DATOS DE LOS PROFESORES			
Profesor/es responsable/s	Ignacio Bellón González		
Correo electrónico	ibellon@easdvalencia.com		
Horario de tutorías	Ver horario del profesor en la página web de la EASD		
Lugar de tutorías	Departamento de Ciencias Sociales y Legislación		

2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

El **marketing** es actualmente un área de las empresas fundamental para el éxito de los nuevos productos que éstas continuamente deben sacar al mercado.

En primer lugar, se ocupa de obtener y analizar información clave sobre oportunidades de negocio (viabilidad de productos propios o de la competencia, satisfacción de los clientes, posicionamiento...) y sobre el público objetivo (perfiles de clientes, segmentos del mercado...).

En segundo lugar, se encarga de determinar y coordinar las medidas de política comercial para, una vez desarrollado un producto, que éste tenga mayores probabilidades de éxito.

Todas estas contribuciones al desarrollo de nuevos productos deberán coordinarse con otras actividades (organizativas, de gestión o de la propia actividad de diseño) para contribuir a que los objetivos corporativos se puedan conseguir a través del nexo fundamental entre la empresa y su cliente: el producto.

En esta asignatura se buscará, de forma paralela, la profundización en aspectos comerciales concretos y la complementación desde el área comercial del proceso de desarrollo de productos. En todo ello nos adaptaremos al perfil de la empresa de cada módulo y a la naturaleza del proyecto a desarrollar-colaborar con ellas.

3. Conocimientos previos recomendados

Fundamentos de Marketing, Cultura del Diseño y Fundamentos de gestión del diseño, propios del Grado en Diseño. En caso de no tenerlos sí es muy conveniente tener conocimientos básicos del funcionamiento de una empresa.

4. Competencias de la asignatura

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de Marketing.

Competencias básicas:

- **CB-1.-** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares)

relacionados con su área de estudio.

- **CB-2.-** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- **CB-3.-** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias específicas:

- **CE-2.-** Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa.
- **CE-3.-** Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto.

5. Resultados de aprendizaje

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS RELACIONADAS
RA-3 (CB-1). Planificar y utilizar la información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado.	CB-1
RA-1 (CB-2). Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos,	CB-2
RA-2 (CB-2). Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas.	CB-2
RA-1 (CB-3). Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas.	CB-3
RA-2 (CB-3). Tomar la palabra en grupo con facilidad; transmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a	CB-3

las exigencias formales requeridas.	
RA-3 (CB-7). Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto.	CB-7
RA-1 (CE-2). Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos.	CE-2
RA-2 (CE-2). Analizar al usuario para conocer sus necesidades funcionales, estéticas y sociales por medio de métodos avanzados de análisis.	CE-2
RA-3 (CE-3). Contrastar la viabilidad del uso del producto.	CE-3

6. Contenidos

Tema 1. El sistema comercial.

Tema 2. Psicología comercial.

- El cliente particular.
- El cliente industrial.

Tema 3. Posicionamiento e imagen de marca.

Tema 4. Planificación y estrategia comercial.

- Objetivos y estrategias comerciales.
- Políticas comerciales en B2B.
- Políticas comerciales de servicios profesionales.

Tema 5. Investigación comercial.

- Investigación cualitativa.
- Investigación cuantitativa.

Tema 6. Comunicación 360°.

- Nuevas tendencias en comunicación.
- Marketing experiencial.

Tema 7. Negociación y oratoria profesional.

- El proceso de negociación comercial.
- Presentaciones profesionales.

7. Volumen de trabajo/ Metodología

7.1 Actividades de trabajo presencial			
ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los	Volumen

		Resultados de Aprendizaje	trabajo (en nº horas o ECTS)
Clase presencial	Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2)	37h
Clases prácticas	Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el profesor. Estudio de casos, proyectos, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones/conciertos/ representaciones/audiciones..., búsqueda de datos, bibliotecas, en Internet, etc. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.	RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-7)	30h
Exposición trabajo en grupo	Aplicación de conocimientos interdisciplinares.	-	-
Tutoría	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.	RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3)	15h
Evaluación	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.	RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2)	8h
SUBTOTAL			90h

7.2 Actividades de trabajo autónomo

ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Trabajo autónomo	Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CE-3)	15h
Estudio práctico	Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-3 (CB-7) RA-3 (CE-3)	45h
Actividades complementarias	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...	-	-
SUBTOTAL			60h
TOTAL			

8. Recursos

- Moodle.
- Pizarra.
- Recursos multimedia.
- Páginas web.
- Correo electrónico.
- Material audiovisual (películas, documentales...)
- Cañón de proyección.

- Bibliografía seleccionada.
- Artículos de prensa relacionados con la materia.
- Apuntes elaborados por el profesor.

9. Evaluación

9.1 Convocatoria ordinaria	
<i>9.1.1 Alumnos con evaluación continua</i>	
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
<p><u>Prueba de aplicación conocimientos teóricos</u>: se realizará una prueba escrita parcial en cada módulo del máster. Dicha prueba tendrá carácter liberatorio y estará compuesta por preguntas cortas abiertas de aplicación a casos de empresas reales. Supondrá el 30% de la calificación global de la asignatura.</p> <p>En caso de no superar una calificación global de 5 sobre 10 no se tendrá en cuenta el resto de apartados de la evaluación, ya sea en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, es decir, la prueba teórica supondrá el 100% de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 1</u> (Trabajo individual): Consistirá en casos prácticos y trabajos individuales relacionados/coordinados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. En este apartado se incluirán las posibles exposiciones orales de los trabajos. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 2</u> (Trabajo en grupos de 2 a 4 miembros): Consistirá tanto en casos prácticos, como trabajos relacionados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. Supondrá el 40% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p> <p><u>Participación activa</u>: Se valorará la actitud en el aula, las aportaciones, las respuestas a preguntas del profesor y las intervenciones de los alumnos a lo largo de las sesiones lectivas presenciales. En este apartado se incluye especialmente el aprovechamiento de las tutorías. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura.</p>	<p>RA-1 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3)</p> <p>RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-7)</p> <p>RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-3 (CB-7)</p>
<i>9.1.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)</i>	
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
<p><u>Prueba de aplicación conocimientos teóricos</u>: se realizará una prueba escrita parcial en cada módulo del máster. Dicha prueba tendrá carácter liberatorio y estará compuesta por preguntas cortas abiertas de aplicación a casos de empresas reales. Supondrá el 30% de la calificación global de la asignatura.</p> <p>En caso de no superar una calificación global de 5 sobre 10 no se tendrá en cuenta el resto de apartados de la evaluación, ya sea en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, es decir, la prueba teórica supondrá el 100% de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 1</u> (Trabajo individual): Consistirá en casos prácticos y</p>	<p>RA-1 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3)</p>

<p>trabajos individuales relacionados/coordinados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. En este apartado se incluirán las posibles exposiciones orales de los trabajos. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 2</u> (Trabajo en grupos de 2 a 4 miembros): Consistirá tanto en casos prácticos, como trabajos relacionados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. Supondrá el 40% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p>	<p>RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-7)</p>
--	--

<p>9.2 Convocatoria extraordinaria</p>	
<p>9.2.1 Alumnos con evaluación continua</p>	
<p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p>
<p><u>Prueba de aplicación conocimientos teóricos</u>: se realizará una prueba escrita parcial en cada módulo del máster. Dicha prueba tendrá carácter liberatorio y estará compuesta por preguntas cortas abiertas de aplicación a casos de empresas reales. Supondrá el 30% de la calificación global de la asignatura. En caso de no superar una calificación global de 5 sobre 10 no se tendrá en cuenta el resto de apartados de la evaluación, ya sea en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, es decir, la prueba teórica supondrá el 100% de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 1</u> (Trabajo individual): Consistirá en casos prácticos y trabajos individuales relacionados/coordinados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. En este apartado se incluirán las posibles exposiciones orales de los trabajos. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 2</u> (Trabajo en grupos de 2 a 4 miembros): Consistirá tanto en casos prácticos, como trabajos relacionados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. Supondrá el 40% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p> <p><u>Participación activa</u>: Se valorará la actitud en el aula, las aportaciones, las respuestas a preguntas del profesor y las intervenciones de los alumnos a lo largo de las sesiones lectivas presenciales. En este apartado se incluye especialmente el aprovechamiento de las tutorías. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura.</p>	<p>RA-1 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3)</p> <p>RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-7)</p> <p>RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-3 (CB-7)</p>
<p>9.2.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)</p>	
<p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN</p>	<p>Resultados de Aprendizaje evaluados</p>

<p><u>Prueba de aplicación conocimientos teóricos:</u> se realizará una prueba escrita parcial en cada módulo del máster. Dicha prueba tendrá carácter liberatorio y estará compuesta por preguntas cortas abiertas de aplicación a casos de empresas reales. Supondrá el 30% de la calificación global de la asignatura.</p> <p>En caso de no superar una calificación global de 5 sobre 10 no se tendrá en cuenta el resto de apartados de la evaluación, ya sea en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, es decir, la prueba teórica supondrá el 100% de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 1</u> (Trabajo individual): Consistirá en casos prácticos y trabajos individuales relacionados/coordinados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. En este apartado se incluirán las posibles exposiciones orales de los trabajos. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p> <p><u>Evaluación práctica 2</u> (Trabajo en grupos de 2 a 4 miembros): Consistirá tanto en casos prácticos, como trabajos relacionados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. Supondrá el 40% de la calificación global de la asignatura. Deben entregarse todas las prácticas. En caso de no alcanzar el 5 en alguna de ellas, promediará con un 0 con el resto de la evaluación.</p>	<p>RA-1 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-2 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3)</p> <p>RA-3 (CB-1) RA-1 (CB-2) RA-1 (CB-3) RA-2 (CB-3) RA-1 (CE-2) RA-2 (CE-2) RA-3 (CB-7)</p>
---	---

NOTA 1: Las actividades y trabajos de cualquier tipo entregados fuera de su plazo establecido tendrán una penalización del 15% en su calificación. Asimismo todas las actividades y trabajos entregados en convocatoria extraordinaria se considerarán como entregados fuera de plazo.

NOTA 2. La evaluación práctica exige entregar todos los trabajos y actividades para poder superarla. En caso de no haberlo hecho en las fechas de las convocatorias oficiales, el apartado correspondiente (trabajo individual o trabajo en grupo) promediará en la evaluación final con un 0.

En caso de que este seguimiento de la evaluación no permita la superación de la asignatura a lo largo del curso lectivo el alumno deberá superarla en junio, en la fecha que se establezca para la convocatoria ordinaria oficial:

- Si la carencia está en la evaluación práctica, deberá completar las entregas o rehacerlas teniendo en cuenta que se considerarán fuera de plazo a efectos de su evaluación.
- Si la causa está en la evaluación teórica, deberá realizarse una prueba escrita específica para esta parte de la evaluación en junio.

10. Bibliografía

Básica:

- Grande, I. “*Conducta real del consumidor y marketing efectivo*”. Ed. ESIC. 2006.
- Kotler, P. y Armstrong, G. “*Marketing*” (14ª ed.). Ed. Pearson Educación ,

2012.

- Mesonero, I. y Alcaide, J.C. “*Marketing industrial*”. Ed. ESIC. 2012.
- Pintado, T. y Sánchez, J. “*Nuevas tendencias en comunicación*”. Ed. ESIC. 2012.
- Santesmases, M. “*Fundamentos de Marketing*”. Ed. Pirámide. 2009.
- Urcola, J.L. “*Cómo hablar en público y realizar presentaciones profesionales*”. Ed. ESIC. 2003.

Complementaria:

- Liberos, E. (coord.) “*El libro del comercio electrónico*”. Ed. ESIC. 2010.
- Maqueda, J. “*Marketing, innovación y nuevos negocios*”. Ed. ESIC, 2010.
- Pérez, J.L. y García-Mendoza, A. “*Marketing internacional*”. Ed. ESIC. 2010.

Materiales adicionales

- Apuntes elaborados por el profesor.
- Revistas y artículos especializados:
- Casos prácticos.

PÁGINAS WEB.

www.impiva.es

www.adcv.es

www.oepm.es

www.oami.es

www.ddi.es