



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección de Produtos e Servizos

Materia	Dirección de Produtos e Servizos			
Código	V04M146V01204			
Titulación	Máster Universitario en Enxeñaría de Organización			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Prado Prado, Jose Carlos			
Profesorado	Prado Prado, Jose Carlos			
Correo-e	jcprado@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición xeral				

Competencias

Código	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
C1	(*) CG1. Conocimientos y capacidades para organizar y dirigir empresas.
C2	(*) CG2. Conocimientos y capacidades de estrategia y planificación aplicadas a distintas estructuras organizativas.
C5	(*) CG5. Conocimientos de sistemas de información a la dirección, organización industrial, sistemas productivos y logística y sistemas de gestión de calidad.
C10	(*) CG10. Realizar investigación, desarrollo e innovación en produtos, procesos y métodos.
C11	(*)CG11. Conocimientos y capacidades para realizar certificaciones, auditorías, verificaciones, ensayos e informes.
C12	(*)CG12. Conocimientos y capacidades para realizar verificación y control de instalaciones, procesos y productos.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecer a importancia da orientación ó cliente	A2 A3 A4 C1 C2 C5 C10 C11 C12

Deseñar e planificar estratexias para o lanzamento e mantemento de produtos e servizos	A2 A3 A4 C1 C2 C5 C10 C11
Coñecer os aspectos clave para estimar e calcular previsións de vendas	A2 A3 A4 C1 C2 C5 C10 C11 C12
Coñecer os aspectos clave para a cadea de suministro dos sistemas de información en produción e loxística	A2 A3 A4 C1 C2 C5 C10 C11 C12
Coñecer os obxectivos e o desenvolvemento dos referenciais internacionais de xestión empresarial, incluíndo a responsabilidade social corporativa	A2 A3 A4 C1 C2 C5 C10 C11 C12

Contidos

Tema
(*)Dirección de produtos e servizo ao cliente. (*) Mercado e Orientación ao cliente e ao consumidor.
(*)Planificación de produtos e servizos. Impacto (*) sobre o mercado.
(*)Estratexias para o lanzamento: diversificación, (*) penetración,...
(*)Previsión de vendas. Cuota e penetración do (*) mercado.
(*)Impacto do lanzamento sobre os canais de (*) comercialización. Deseño do canal de comercialización.
(*)Lanzamento de novos produtos e servizos. (*) Etapas.
(*)Produtos e servizos, e referenciais (*) internacionais de xestión. Sistemas integrados de xestión empresarial.
(*)Novos produtos e servizos, e responsabilidade(*) social corporativa.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	32	66	98
Estudo de casos/análises de situacións	18	18	36
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	4	4	8
Estudo de casos/análise de situacións	3	3	6
Traballos e proxectos	1	1	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Sesión maxistral	Presentación mediante diapositivas e transparencias, así como outras técnicas, dos conceptos da materia
Estudo de casos/análises de situacións	Para alcanzar os obxectivos e fins propostos, o enfoque do curso é eminentemente práctico e participativo. Neste sentido, para promover a participación e o traballo en equipo utilizarase o método do caso. Ademais, empreganse abundantes exemplos e casos de empresas galegas como base de discusión, que permiten facilitar a asimilación dos conceptos teóricos. Asimesmo, as clases de aula se complementan fundamentalmente coa realización (analizando, diagnosticando e resolvendo) dun traballo nunha empresa galega real, como parte das prácticas da materia. Ademais do traballo, realizaranse prácticas de estudo de casos en profundidade. Globalmente, coas prácticas perséguese presentar un conxunto de situacións que resulten interesantes como complemento e ilustración do temario

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Actividade desenvolvida de forma individual ou en pequeno grupo, que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Esta actividade pode desenrrolarse de forma presencial (directamente na aula e nos momentos en que o profesor teña asignados a tutorías de despacho) ou incluso de forma non presencial (a través do correo electrónico ou do campus virtual).
Sesión maxistral	Actividade desenvolvida de forma individual ou en pequeno grupo, que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Esta actividade pode desenrrolarse de forma presencial (directamente na aula e nos momentos en que o profesor teña asignados a tutorías de despacho) ou incluso de forma non presencial (a través do correo electrónico ou do campus virtual).

Avaliación				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Preguntas sobre o contido da materia segundo o programa da mesma	30	A2 A3 A4	C1 C2 C5 C10 C11 C12
Estudo de casos/análise de situacións	Casos sobre a dirección de produtos e servizos	60	A2 A3 A4	C1 C2 C5 C10 C11 C12
Traballos e proxectos	Traballo relacionado coa materia	10	A2 A3 A4	C1 C2 C5 C10 C11 C12

Outros comentarios sobre a Avaliación

Compromiso ético: Espérase que o alumno presente un comportamento ético axeitado. No caso de detectar un comportamento non ético (copia, plaxio, utilización de aparatos electrónicos non autorizados, e outros) considerarase que o alumno non reúne os requisitos necesarios para superar a materia. Neste caso a cualificación global no presente curso académico será de suspenso (0.0).

Non se permitirá a utilización de ningún dispositivo electrónico durante as probas de avaliación salvo autorización expresa. O feito de introducir un dispositivo electrónico non autorizado na aula de exame será considerado motivo de non superación da materia no presente curso académico e a cualificación global será de suspenso (0.0).

Bibliografía. Fontes de información

Prado-Prado, J. Carlos, **Diapositivas y transparencias**,

Stanton, **Fundamentos de Marketing**, Mac Graw Hill,

Kotler, P., **Marketing**, Pearson,

Recomendacións

Outros comentarios

Requisitos: Para matricularse nesta materia é necesario ter superado ou ben estar matriculado de todas as materias dos cursos inferiores ao curso no que está emprazada esta materia.
