



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comercialización e Desenvolvemento de Novos Produtos

Materia	Comercialización e Desenvolvemento de Novos Produtos			
Código	O04M006V01208			
Titulación	Máster Universitario en Creación, Dirección e Innovación na Empresa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Profesorado	Bouzon Pintos, José Manuel Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	loroco@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición xeral	Nesta materia traballárase o xeito de desenvolver novos produtos, o proceso de facelo e o xeito de comercializalos que mellor se adapte			

Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.
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.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Capacidade de organización e planificación
B3	Habilidade na procura de información especializada e proveniente de distintas fontes
B5	Capacidade para a resolución de problemas
B7	Capacidade de análise e vixilancia dos ambientes empresariais (contorno xurídico, fiscal, social, institucional, etc.)
C1	Habilidade para o deseño e execución de plans de empresa e a posta en marcha de novas iniciativas empresariais
C5	Capacidade para identificar, desenvolver e crear oportunidades de mercado nas empresas a través da xestión da creatividade e a innovación
D6	Capacidade de aplicar os coñecementos na práctica

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Identificar a importancia do desenvolvemento de novos produtos.	A1 A3 B5 B7 C5
Resolver os diferentes problemas organizativos aos que hai que facer fronte para o desenvolvemento de novos produtos.	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B3 B5 C1 D6
Evaluar o posible éxito dun novo produto	A1 A2 A3 A5 B1 B3 B5 B7 C1 C5 D6

Contidos

Tema	
1. Ou Plan de Marketing	a. Misión b. Análise c. Obxectivos d. Estretexias e. Implenentación f. Control
2. O desenvolvemento de novos produtos:	¿qué é un novo produto?, causas
3. A estrutura organizativa da empresa para o desenvolvemento de novos produtos	a. Comité de novos produtos b. Product manager c. Departamento de novos produtos d. Venture team
4. O proceso de desenvolvemento de novos produtos	O proceso de desenvolvemento de novos produtos
5. Ferramentas útiles para o desenvolvemento de novos produtos	a. O Ciclo de Vida do produto b. Os procesos de adopción e difusión

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios	3	3	6
Eventos docentes e/ou divulgativos	10	0	10
Estudo de casos/análises de situacións	0	30	30
Sesión maxistral	7	14	21
Probos de tipo test	3	5	8

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Na aula presentaranse e desenvolveranse exercicios que axuden a comprender os temas
Eventos docentes e/ou divulgativos	Dúas conferencias-coloquio que complementen á materia
Estudo de casos/análises de situacións	Casos para resolver procurando información adicional
Sesión maxistral	Exposición e comentario dos contidos teóricos da materia

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	O coordinador da materia atenderá, a través de titorías presenciais, as dúbidas e problemas relacionados coa materia que teña o alumnado.
Estudo de casos/análises de situacións	O coordinador da materia atenderá, a través de titorías presenciais, as dúbidas e problemas relacionados coa materia que teña o alumnado.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Estudo de casos/análises de situacións	Proba na que se presenta unha situación ou problemática xa dada ou que pode darse, partindo dos diferentes factores involucrados, a análise dos antecedentes, condicións, da situación, etc.	80	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3 B5 B7	C1 C5	D6
Probas de tipo test	Proba de seguimento. Necesario obter unha puntuación mínima de 5 sobre 10 nesta proba.	20	A1 A2 A3	B1 B5 B7		D6

Outros comentarios sobre a Avaliación

O conxunto de criterios de avaliación arriba exposto constitúe o sistema de avaliación continua. De non segui-la avaliación continua (por non asistencia ás aulas, e/ou por non facer axeitadamente os exercicios) ou de non superala deberá facerse

Exame :

Realizarase un exame para aqueles alumnos e alumnas que non superasen a materia polo sistema de avaliación continua (debido a non ter superado a materia a través do conxunto de métodos exposto anteriormente).

Ademáis esixirase a entrega de traballos que compensen a non asistencia e a entrega de exercicios que compensen os da avaliación contínbua. Todo isto deberá ser entregado como máximo o día do exame.

Neste caso, a cualificación obtida no exame constituirá o 100% da nota.

Observacións:

Calquera evidencia de traballos plaxiados ou copiados suporá unha cualificación de suspenso nas dúas convocatorias.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Comisión Académica do Máster para o curso 2015-2016. Non obstante, o calendario pode ser modificado ao longo do curso por algún imprevisto. Consultade a páxina web do Máster por se hai cambios no mesmo. Nocaso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán assinaladas na mencionada páxina web (<http://mastercidie.webs.uvigo.es/index.php/gl/docencia-menu-gl/horarios-e-guia-novo-alumnado>).

Bibliografía. Fontes de información

Sainz de Vicuña Ancín, D., **Plan de Marketing**, 2010,

Recomendacións