



DATOS IDENTIFICATIVOS

Xestión de Produtos e Servizo ao Cliente

Materia	Xestión de Produtos e Servizo ao Cliente			
Código	V04M141V01317			
Titulación	Máster Universitario en Enxeñaría Industrial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	2	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Prado Prado, Jose Carlos			
Profesorado	Lozano Lozano, Luis Manuel Prado Prado, Jose Carlos			
Correo-e	jcprado@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descrición xeral	Esta materia proporciona aos alumnos os coñecementos necesarios para tomar decisións respecto da comercialización dos produtos e o servizo ao cliente			

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.
C3	CET3. Realizar investigación, desenvolvemento e innovación en produtos, procesos e métodos.
C26	CGS7. Conocimientos y capacidades para la dirección integrada de proyectos.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
	A1
Coñecer as ferramentas dispoñibles para a análise de mercados e ambientes e enderezo a través dunha visión global, tendo en conta as inter-relacións con outras actividades e áreas da empresa	C3 C26
Aplicar ferramentas de análise de mercado e do ambiente	A1 C3 C26

Contidos

Tema	
Xestión de produtos e servizo ó cliente.	"
Orientación ó cliente	
Sistema de información para a orientación ó cliente. Incidencia do entorno	"
Orientación ó cliente: masivo versus directo	"
Organización da dirección de produtos e servizo (marketing e comercial)	"
Sistema de información. Investigación do cliente e dos mercados	"
Mercado de consumo e comportamento do consumidor	"
Mercado industrial. Mercado de servizos	"

Segmentación de mercados	"
Política de productos. Servizo o cliente	"
Política de precios. Política de canales de comercialización	"
Empresa como ente comunicante: Comunicación.	"
Publicidade. Promoción de Ventas	"
Patrocinio. Relacions Públicas. Dirección da forza de vendas. Outras formas de comunicación.	"
Marketing directo	

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	18	18	36
Lección maxistral	32	66	98
Exame de preguntas de desenvolvemento	4	4	8
Estudo de casos	3	3	6
Traballo	1	1	2

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos	Para acadar os obxectivos e metas, o foco do curso é eminentemente práctico e participativo. Neste sentido, para promover a participación eo traballo en equipo o método do caso será utilizado. Ademais, numerosos exemplos e casos de empresas galegas como base para a discusión, para facilitar a asimilación dos conceptos teóricos son usados. Ademais, as clases, sobre todo, complementaria concreción aula (analizar, diagnosticar e resolver) un traballo nunha empresa galega real, como parte das prácticas do suxeito. Ademais do traballo, estudo de caso práctico en profundidade faise. En xeral, as prácticas que ten como obxectivo presentar un conxunto de situacións que son interesantes como un complemento e ilustración da axenda
Lección maxistral	Presentación utilizando diapositivas e transparencias, así como outras técnicas, conceptos do suxeito

Atención personalizada

Probas	Descrición
Estudo de casos	Actividade realizada individualmente ou en pequenos grupos, que ten como obxectivo atender as necesidades e preguntas dos alumnos relacionada ao estudo e / ou cuestións relacionadas co tema, que contén orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe. Esta actividade pode facerse persoalmente (directamente na clase e ás veces o profesor atribuíu á oficina tutoría) ou incluso non-comparecencia (por correo electrónico ou campus virtual).

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Exame de preguntas de desenvolvemento	Preguntas de elección sobre o contido ensina no curso	20	A1 C3 C26
Estudo de casos	Caso relacionado co tema	80	A1 C3 C26
Traballo	Traballos relacionados co tema		A1 C3 C26

Outros comentarios sobre a Avaliación

Compromisoético: Espérase que o alumno presente un comportamento ético axeitado. No casode detectar un comportamento non ético (copia, plaxio, utilización de aparatoselectrónicos non autorizados, e outros) considerárase que o alumno non reúne osrequisitos necesarios para superar a materia. Neste caso a cualificación globalno presente curso académico será de suspens (0.0)

Non sepermitirá a utilización de ningún dispositivo electrónico durante as probas deavaliación salvo autorización expresa. O feito de introducir un dispositivoelectrónico non autorizado na aula de exame será considerado motivo de nonsuperación da materia no presente cur so académico e a cualificación global seráde suspenso (0.0)

É necesario obter polo menos un 5 no exame de preguntas de desenvolvemento para superar a materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Stanton, **Fundamentos de Marketing**, Ed. Mc Graw Hill,

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

Bibliografía Complementaria

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.