



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección de Produtos e Servizos

|                          |                                                            |        |       |              |
|--------------------------|------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia                  | Dirección de<br>Produtos e<br>Servizos                     |        |       |              |
| Código                   | V04M146V01204                                              |        |       |              |
| Titulación               | Máster<br>Universitario en<br>Enxeñaría de<br>Organización |        |       |              |
| Descritores              | Creditos ECTS                                              | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                          | 6                                                          | OB     | 1     | 2c           |
| Lingua de<br>impartición | Castelán<br>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<br>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<br>Formación e<br>Aprendizaxe           |
| Coñecer a importancia da orientación ó cliente | A2<br>A3<br>A4<br>C1<br>C2<br>C5<br>C10<br>C11<br>C12 |

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

## Contidos

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

| <b>Metodoloxía docente</b>             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Sesión maxistral                       | Presentación mediante diapositivas e transparencias, así como outras técnicas, dos conceptos da materia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Estudo de casos/análises de situacións | <p>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.</p> <p>Ademais, empreganse abundantes exemplos e casos de empresas galegas como base de discusión, que permiten facilitar a asimilación dos conceptos teóricos.</p> <p>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.</p> <p>Ademais do traballo, realizaranse prácticas de estudo de casos en profundidade.</p> <p>Globalmente, coas prácticas perséguese presentar un conxunto de situacións que resulten interesantes como complemento e ilustración do temario</p> |

| <b>Atención personalizada</b>          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 desenrolarse de forma presencial (directamente na aula e nos momentos en que o profesor teña asinados 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 desenrolarse de forma presencial (directamente na aula e nos momentos en que o profesor teña asinados a tutorías de despacho) ou incluso de forma non presencial (a través do correo electrónico ou do campus virtual). |

| <b>Avaliación</b>                            |                                                                  |               |                                       |                                     |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
|                                              | 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<br>A3<br>A4                        | C1<br>C2<br>C5<br>C10<br>C11<br>C12 |
| Estudo de casos/análise de situacións        | Casos sobre a dirección de produtos e servizos                   | 60            | A2<br>A3<br>A4                        | C1<br>C2<br>C5<br>C10<br>C11<br>C12 |
| Traballos e proxectos                        | Traballo relacionado coa materia                                 | 10            | A2<br>A3<br>A4                        | C1<br>C2<br>C5<br>C10<br>C11<br>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.

---