

Nom assignatura: **MARKETING I** **COMUNICACIÓ**

Nombre asignatura: **Marketing y** **Comunicación**

GUÍA DOCENTE

1_ Dades d'identificació de l'assignatura

1_ Datos de identificación de la asignatura

Especialitat <i>Especialidad</i>	Diseño de Producto				
Departament <i>Departamento</i>	Ciencias Sociales y Legislación aplicados al Diseño				
Crèdits ECTS <i>Créditos ECTS</i>	6	Curs <i>Curso</i>	3	Semestre <i>Semestre</i>	Primero
Tipus d'assignatura <i>Tipo de asignatura</i>	Específica				
Llengua d'impartició <i>Lengua de impartición</i>	Castellano / Valenciano				

2_ Objectius generals i contribució de l'assignatura al perfil professional de la titulació

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

Se trata de una asignatura obligatoria en la que se analiza el concepto y desarrollo del márketing con el objetivo que el diseñador conozca los principios y las técnicas de márketing para el ejercicio de su profesión en el sector del diseño de producto.

3_ Coneiximents previs

3_ Conocimientos previos

Es recomendable haber cursado Diseño y Empresa con anterioridad.

4_ Competències de l'assignatura

4_ Competencias de la asignatura

CG	CG 11. Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo. CG 19. Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación. CG 20. Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño. CG 22. Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde los criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.
CE	CE 1. Determinar las características finales de productos, servicios y sistemas, coherentes con los requisitos y relaciones estructurales, organizativas, funcionales, expresivas y económicas definidas en el proyecto. CE 13. Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial del diseño del producto.
CT	CT2. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente. CT3. Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza. CT 4. Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación. CT 7. Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo. CT 13 Buscar la excelencia y calidad en su actividad profesional.

5_ Resultat d'aprenentatge

5_ Resultados de aprendizaje

Resultats d'aprenentatge <i>Resultados de aprendizaje</i>	Competències relacionades <i>Competencias relacionadas</i>
R1 - Comprender el entorno comercial y sintetizar contenidos de diversos ámbitos de conocimiento con influencia en la empresa. R2 - Empezar acciones de marketing y tomar decisiones en el ámbito comercial. Ajustar el comportamiento y la estrategia comercial a los cambios que plantean nuevas situaciones del entorno. R3 - Saber identificar los objetivos de la empresa y su implicación sobre las estrategias de marketing. R4 - Conocer las fases de un plan de marketing. Comprender y saber interpretar un plan de marketing. Saber analizar un plan de marketing. Saber diseñar y ejecutar un plan de marketing. Conocer los principales mecanismos de control de un plan de marketing. R5 - Conocer las herramientas que configuran la estrategia de marketing-mix de la empresa. R6 - Saber tomar decisiones de comunicación a partir de los objetivos del marketing.	CT13, CG7, CG11, CE12, CE14 CT13, CT15, CG7, CG17, CG18 CT13, CT15, CG17 CG17, CE12, CE14 CG17, CE12, CE14 CE12

6_ Activitats formatives

6_ Actividades formativas

6.1. Activitats de treball presencials 6.1. Actividades de trabajo presencial			
ACTIVITATS <i>ACTIVIDADES</i>	METODOLOGIA D'ENSENYANÇA-APRENTATGE <i>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE</i>	RELACIÓ AMB RESULTATS D'APRENTATGE <i>RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE</i>	VOLUM TREBALL (Nº HORES O ECTS) <i>VOLUMEN TRABAJO (Nº HORAS O ECTS)</i>
Clases presencial <i>Clases presencial</i>	Exposició de continguts per part del professor o en seminaris, anàlisi de competències, explicació i demostració de capacitats, habilitats i coneixements en l'aula. Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula. La docència serà prioritàriament presencial encara que podrà ser en línia o semi presencial en funció de les instruccions i indicacions facilitades per les autoritats educatives i sanitàries en cada moment. La docencia será prioritariamente presencial aunque podrá ser en línea o semi presencial en función de las instrucciones e indicaciones facilitadas por las autoridades educativas y sanitarias en cada momento.	1 a 6	50
Clases pràctiques <i>Clases prácticas</i>	Sessions de treball en grup supervisades pel professor. Estudi de casos, projectes, tallers, problemes, estudi de camp, aula d'informàtica, laboratori, visites a exposicions/ concerts/ representacions/ audicions..., cerca de dades, biblioteques, en Internet, etc. Construcció significativa del coneixement a través de la interacció i activitat de l'alumnat.	1 a 6	20

	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.		
Exposició treball en grup <i>Exposición trabajo en grupo</i>	Aplicació de coneixements interdisciplinaris. Aplicación de conocimientos interdisciplinares.	1 a 6	2
Tutoria <i>Tutoría</i>	Atenció personalitzada i en grup reduït. Període d'instrucció i/o orientació realitzat per un tutor/a amb l'objectiu de revisar i discutir els materials i temes presentats en les classes, seminaris, tallers, lectures, realització de treballs, projectes, etc. El professor estarà durant el temps assignat a l'aula. Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizada 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. El profesor estará durante el tiempo asignado en el aula.	1 a 6	8
Avaluació <i>Evaluación</i>	Conjunt de proves (audicions, orals i/o escrites) empleades en l'avaluació inicial, formativa o additiva de l'alumne. Conjunto de pruebas (audiciones, orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.	1 a 6	5
SUBTOTAL			85

6.1. Activitats de treball autònom

6.1. Actividades de trabajo autónomo

ACTIVITATS <i>ACTIVIDADES</i>	METODOLOGIA D'ENSENYANÇA-APRENENTATGE <i>METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE</i>	RELACIÓ AMB RESULTATS D'APRENENTATGE <i>RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE</i>	VOLUM TREBALL (Nº HORES O ECTS) <i>VOLUMEN TRABAJO (Nº HORAS O ECTS)</i>
Treball autònom <i>Trabajo autónomo</i>	<i>Estudi de l'alumne/a: preparació i pràctica individual de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït.</i> <i>Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	1 a 6	55
Estudi pràctic <i>Estudio práctico</i>	Preparació en grup de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït. <i>Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clase</i>	1 a 6	5

Activitats complementàries <i>Actividades complementarias</i>	Preparació i assistència a activitats complementàries com tallers, exposicions, concerts, representacions, congressos, conferències,... <i>Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, exposiciones, conciertos, representaciones, congresos, conferencias,...</i>	1 a 6	5
SUBTOTAL			65
TOTAL			150

7_ Continguts de l'assignatura

7 _ Contenidos de la asignatura

Unidad Didáctica 1: Introducción a la Mercadotecnia.

- 1.1. La Mercadotecnia, concepto y naturaleza.
- 1.2. La función de Mercadotecnia.
- 1.3. Evolución histórica.
- 1.4. La Gestión de la Mercadotecnia. El Plan de Marketing.

Unidad didáctica 2: El Mercado y el entorno.

- 2.1 Concepto y clases de mercados.
- 2.2 Análisis del entorno del mercado o empresa.
- 2.3 Segmentación de mercados.
- 2.4 El análisis de la demanda.
- 2.5 El comportamiento del consumidor.

Unidad didáctica 3. Investigación de Mercados.

- 3.1 El sistema de información de la Mercadotecnia.
- 3.2 Técnicas de recogida de información.
- 3.3 Fases de la investigación comercial.
- 3.4 Tecnología e investigación de mercados.
- 3.4.1 Modelos empresariales para la innovación.
- 3.4.2. Las fases del proceso y los puntos críticos.

Unidad didáctica 4: Decisiones sobre Producto.

- 4.1. Concepto y atributos de producto.
- 4.2. El ciclo de vida del producto.
- 4.3. Análisis de la cartera de productos.

4.4. Estrategias de producto.

Unidad didáctica 5: Decisiones sobre Precio.

5.1. Factores que influyen en la fijación de precios.

5.2. Algunos modelos de fijación de precios.

5.3. Estrategias de precios.

Unidad didáctica 6: Decisiones sobre distribución.

6.1. Canales de distribución.

6.2. Funciones de los canales de distribución.

6.3. Diseño del canal de distribución.

6.4. La animación en el punto de venta. El merchandising.

Unidad didáctica 7: Decisiones sobre Comunicación.

7.1. Concepto y tipos de comunicación. La adecuación del mensaje al medio.

7.2. La promoción de ventas.

7.3. Las relaciones públicas.

7.4. La publicidad.

7.5. La Identidad corporativa.

Unidad didáctica 8: Marketing específico.

8.1. Marketing Directo.

8.2. Marketing relacional.

8.3. Marketing online.

Unidad didáctica 9: El plan de Mercadotecnia en el proyecto empresarial.

9.1. Mercadotecnia y diseño.

9.2. La gestión del diseño.

9.3. Las fases del proyecto empresarial.

8_ Sistema d'avaluació i qualificació

8 _ Sistema de evaluación y calificación

Aspectes generals *Aspectos generales*

La matrícula en cualquier asignatura está limitada a cuatro convocatorias.

En cada curso académico tendrán lugar dos convocatorias por asignatura, primera y segunda convocatoria respectivamente.

La directora o el director del centro podrá autorizar, a petición del estudiante, con carácter excepcional y por causas objetivas debidamente justificadas, como por ejemplo enfermedad grave o cualquier otra causa de fuerza mayor, la renuncia a una convocatoria por curso académico.

La directora o director de los centros superiores podrá autorizar, a petición del estudiante, con carácter excepcional y por causas objetivas debidamente justificadas, como por ejemplo enfermedad grave o cualquier otra causa de fuerza mayor, una nueva y única convocatoria. En caso de resolución negativa, se podrá recurrir en alzada ante la Dirección del ISEACV.

El alumnado que no supere la asignatura optativa correspondiente deberá acogerse a la oferta de asignaturas optativas del curso siguiente.

Se entiende que el alumnado ha perdido la evaluación continua cuando incumple el mínimo requerido de asistencia, que será igual o superior al 80% del porcentaje total de presencialidad previsto en los respectivos planes de estudio.

Cada profesor/a que imparte esta asignatura, redactará un documento denominado *Aplicación de la guía docente* en el que se especifican más detalladamente las actividades formativas, metodología, temporalización, criterios e instrumentos de calificación, sistemas de recuperación y, en su caso, medidas de apoyo no curriculares para deportistas de élite, personal técnico, entrenador, personal arbitral y juez de élite y las adaptaciones no curriculares para el alumnado con necesidades educativas específicas reconocidas.

La *Aplicación de la guía docente* se hará pública a los estudiantes al inicio de cada curso escolar.

La evaluación del proceso de aprendizaje del estudiante se basará en el grado y nivel de adquisición y consolidación de las competencias transversales, generales y específicas definidas en esta asignatura.

Las calificaciones de cada convocatoria se expresarán del 0 al 10, como No Presentado o como Matrícula de honor.

La condición de “no presentado” consume convocatoria.

La mención de “Matrícula de honor” podrá ser otorgada a quienes hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de las personas matriculadas en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola matrícula de honor.

El alumnado podrá consultar sus calificaciones a través de ARTIC en las fechas especificadas en los calendarios de evaluación de cada convocatoria.

Además de estos aspectos generales, se atenderá a lo dispuesto en las instrucciones de inicio de cada curso académico que se publican en la web del ISEACV.

1ª Convocatòria: alumnat amb avaluació contínua
1ª Convocatoria ordinaria: alumnado con evaluación continua

Instrumento de evaluación	Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado
Pruebas Escritas	1 al 6	70%
Realización de proyectos (Plan de Marketing)	1 al 6	20%
Participación en clase y asistencia	1 al 6	10%

1ª Convocatòria: alumnat amb pèrdua d'avaluació contínua
1ª Convocatoria: alumnado con pérdida de evaluación continua

Instrumento de evaluación	Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado
Pruebas Escritas	1 al 6	70%
Realización de proyectos (Plan de Marketing)	1 al 6	30%

2ª CONVOCATÒRIA: sistema de recuperació
2ª CONVOCATORIA: Sistema de recuperación

Para aquellos alumnos y alumnas que cumplan con el criterio de haber seguido la evaluación continua se respetarán los instrumentos de evaluación en la segunda convocatoria. Para el alumnado con pérdida de evaluación continua se seguirán los mismos criterios presentados para la primera convocatoria con pérdida de evaluación continua

Reclamació de qualificacions
Reclamación de calificaciones

Si una vez efectuadas por el profesor/a las aclaraciones solicitadas, a la vista de las pruebas y otros medios que le sirvieran como elementos de juicio para calificar, se mantiene la reclamación, esta se presentará mediante escrito motivado dirigido a la dirección del centro dentro del plazo de reclamaciones de la convocatoria establecido en el calendario de evaluación.

La directora o el director tendrá que emitir y notificar resolución en el plazo de cinco días desde la recepción de la reclamación, a la vista del informe redactado por una comisión que convocará a tal efecto.

Contra la resolución de la directora o el director se podrá interponer recurso de alzada ante la Dirección del ISEACV en el plazo de un mes a contar a partir del día siguiente del día en que tenga lugar la notificación o publicación del acto.

8_ Bibliografía

8 _Bibliografía

- BEST, KATHRYN (2007): Management del diseño. Parramón. Barcelona.
- CABRERA, A. y LLUCH, E. (2008): Economía. Ed. SM. Madrid.
- COTEC (2008): Diseño e innovación. La gestión del diseño en la empresa. Fundación Cotec. Madrid.
- GALLEGA, V y PALAU, V y otros (2008): El valor del diseño. ADCV. Valencia.
- IBORRA, M y otros (2006): Fundamentos de dirección de empresas. Thomson. Madrid.
- IRIZAR, I (2004): Cómo crear una empresa. Ed. Deusto. Barcelona.
- IVÁÑEZ, J.M. (2000): La gestión del diseño en la empresa. McGraw-Hill. Madrid.
- LOBATO, F. (2010): Administración, gestión y comercialización de la pequeña empresa. MacMillan Profesional. Madrid.
- MOCHÓN, F. (2001): Principios de economía. McGraw-Hill. Madrid.
- MOCHÓN, F. (2007): Economía. McGraw-Hill. Madrid.
- PINILLA, F.M. y otros (2007): Proyecto empresarial. McGraw-Hill. Madrid.
- RUBIO, P. (2006): Introducción a la gestión empresarial. Eumed.net. Málaga

9_ Control de modificaciones

9 _Control de modificaciones

Revisión	Modificación	Fecha
0	Generación del documento según la plantilla <i>Guía docente</i> establecida en el procedimiento <i>PROGRAMAS FORMATIVOS. Control, revisión y actualización de los programas formativos</i> del Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad.	17/07/2025

Elaborado, revisado y aprobado en el Departamento de Ciencias Sociales y Legislación aplicados al Diseño
