

I. DATOS XERAIS DA MATERIA

- | | |
|--|--|
| a) Nome oficial. | Política de Produtos e Marcas |
| b) Titulación. | ADE |
| c) Créditos | 4.5 (Teóricos 3; Prácticos 1.5) |
| d) Curso. | Quinto (Esp. Dir. Comer.) |
| e) Código da materia. | 611211618 |
| f) Tipo. | Optativa |
| g) Impartición. | Segundo Cuatrimestre |
| h) Departamento/s responsable/s. | Análise Económico e Administración de Empresas |
| i) Profesor/a coordinador da docencia | |
| Domingo Calvo Dopico | |

Información por grupo

1) Nome e apelidos do profesor/a que impartirá docencia

Laurentino Bello Acebrón, Felix Blázquez Lozano

2) Lugar e horario de titorías

Despacho 212, Miércoles: 15:45 – 18:45

3) E-mail

lbello@udc.es

domingo@udc.es

4) Universidade Virtual

5) Lingua na que se impartirá a docencia

Castellano

II. OBXECTIVOS DA MATERIA

- Introducir al alumno en la investigación de la política de productos
- El proceso de innovación y desarrollo de productos y el proceso de innovación
- Gestionar la marcas
- Gestionar el valor de marca

III. METODOLOGÍA

Clases teóricas: lección magistral y ejemplos de la fundamentación en soporte visual (cañón con presentación a través de portátil)

Serán clases magistrales y se abordarán los fundamentos de la asignatura que se va a complementar con ejemplos gráficos y visuales así como breves casos prácticos de la asignatura

Créditos ECTS: Trabajo en grupos

IV. AVALIACIÓN

Examen de fundamentos y teoría: 70%

Caso o trabajo práctico: Resolución del caso práctico por parte del grupo

EVALUACIÓN: $0.70 * \text{EXAMEN} + 0.30 * \text{CASO PRACTICO O TRABAJO GRUPO}$

V. TEMAS OU BLOQUES DE CONTIDOS

PARTE I: DECISIONES DE PRODUCTO

TEMA 1. EL PRODUCTO: CONCEPTO EXTENDIDO

TEMA 2. DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTO: INNOVACION Y DESARROLLO DE PRODUCTO

TEMA 3. SEGMENTACION Y POSICIONAMIENTO

TEMA 4. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

PARTE II: DECISIONES DE MARCA

TEMA 5. FUNDAMENTOS DEL VALOR DE MARCA

TEMA 6. DECISIONES DE MARCA:
Marca única, Múltiple, Segundas marcas, marca paraguas

TEMA 7. DECISIONES DE MARCA:
Marca de Fabricante vs. Marca distribuidor, Extensiones de marca

TEMA 8. PROTECCION DE LA MARCA
Patentes, Copyright.

PARTE III: COMUNICACIÓN Y MARCAS

TEMA 9. PUBLICIDAD Y MARCAS (I)

TEMA 10. PROMOCION Y MARCAS (II)

TEMA 11. COMUNICACIÓN Y MARCA (III)