

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.	Primeiro 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**

Felix Blázquez Lozano

2) **Lugar e horario de titorías**

Despacho 212, Miércoles: 15:45 – 18:45 o 10:30 – 13:30

3) **E-mail**

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

Parte práctica: Trabajo en grupos

IV. AVALIACIÓN

Examen de fundamentos y teoría: 60%

Caso o trabajo práctico: Resolución de caso/s práctico/s por parte del grupo (en el que se incluye trabajo de investigación de mercados autorizado)

EVALUACIÓN: $0.60 * \text{EXAMEN} + 0.40 * \text{CASO PRACTICO/S}$

La realización de la parte práctica es indispensable para liberar la asignatura.

V. TEMAS OU BLOQUES DE CONTIDOS

PARTE I: DECISIONES DE PRODUCTO

- TEMA 1. EL PRODUCTO: CONCEPTO EXTENDIDO
- TEMA 2. CREACION Y DISEÑO DE PRODUCTOS
- TEMA 3. INNOVACION Y DESARROLLO DE PRODUCTO
- TEMA 4. SEGMENTACION Y POSICIONAMIENTO
- TEMA 5. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

PARTE II: DECISIONES DE MARCA

TEMA 6. FUNDAMENTOS DEL VALOR DE MARCA

TEMA 7. DECISIONES DE MARCA:
Marca única, Múltiple, Segundas marcas, marca paraguas

TEMA 8. VALOR DE MARCA Y COMUNICACION