

## I. DATOS XERAIS DA MATERIA

- |   |  |
|---|--|
| a) <b>Nome oficial.</b>                 | Política de Productos y Marcas                 |
| b) <b>Titulación.</b>                   | ADE  |
| c) <b>Créditos</b>                      | 4.5 (Teóricos 3; Prácticos 1.5)                |
| d) <b>Curso.</b>                        | Quinto (Esp. Dir. Comer.)                      |
| e) <b>Código da materia.</b>            | 611211618                                      |
| f) <b>Tipo.</b>                         | Optativa                                       |
| g) <b>Impartición.</b>                  | Primer Cuatrimestre                            |
| h) <b>Departamento/s responsable/s.</b> | Análise Económico e Administración de Empresas |
- i) Profesor/a coordinador da docencia**  
Felix Blázquez Lozano

### Información por grupo

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

Felix Blázquez Lozano

#### 2) Lugar e horario de titorías

Despacho Entreplanta, Jueves: 16:30 – 17:30 y 19:30 – 21:30

#### 3) E-mail

[felixbl@udc.es](mailto:felixbl@udc.es)

#### 4) Universidade Virtual

SI

#### 5) Lingua na que se impartirá a docencia

Castellano

## II. OBXETIVOS 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: 60%

Caso o trabajo práctico: Resolución de caso o trabajo práctico por parte del grupo: 40%

EVALUACIÓN:  $0.60 * \text{EXAMEN} + 0.40 * \text{TRABAJO GRUPO}$

### **V. TEMAS OU BLOQUES DE CONTIDOS**

#### **PARTE I: FUNDAMENTOS Y GESTION DE PRODUCTOS**

- TEMA 1. INTRODUCCIÓN: IMPORTANCIA DE LAS VARIABLES PRODUCTO Y MARCA
- TEMA 2. INNOVACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTO
- TEMA 3. CONCEPTO DE PRODUCTO Y GESTION DE LA CARTERA DE PRODUCTO
- TEMA 4. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

#### **PARTE II: FUNDAMENTOS Y GESTIÓN DE MARCAS**

- TEMA 5. FUNDAMENTOS DEL VALOR DE MARCA
- TEMA 6. DECISIONES DE MARCA (I)
- TEMA 7. DECISIONES DE MARCA (II): LA MARCA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES