

[MDD102] ESTRATEGIA DE MARCA Y PRODUCTO

DATOS GENERALES

| | | | |
|-------------------|---|-------------------------------|--|
| Titulación | MÁSTER UNIVERSITARIO EN DISEÑO ESTRATÉGICO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | Materia | DISEÑO ESTRATÉGICO |
| Semestre | 2 | Curso | 1 |
| Carácter | OBLIGATORIA | Mención / Especialidad | |
| Plan | 2015 | Idioma | CASTELLANO |
| Créditos | 6 | H./sem. | 3,89 |
| | | Horas totales | 70 h. lectivas + 80 h. no lectivas = 150 h. totales |

PROFESORES

| |
|-------------------------------|
| IGARTUA LOPEZ, JUAN IGNACIO |
| VAL JAUREGUI, ESTER |
| GONZALEZ OCHOANTESANA, ITSASO |
| DOK1-MAZMELA ETXABE, MAITANE |

CONOCIMIENTOS PREVIOS REQUERIDOS

| Asignaturas | Conocimientos |
|--|---|
| (No se requiere haber cursado asignaturas previas específicas) | (No se requieren conocimientos previos) |

COMPETENCIAS

| COMPETENCIAS | ECTS |
|---|----------|
| CMD06 - Definir la estrategia de lanzamiento de nuevos productos y servicios en función de su posicionamiento en el mercado. | 1,2 |
| CMD14 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | 0,4 |
| CMDy01 - Definir la estrategia de producto y servicio más acorde al contexto empresarial considerando las oportunidades de mercado y las necesidades de la sociedad. | 3,2 |
| CMDy15 - Conocimiento y aplicación de elementos estratégicos de economía y de gestión de recursos humanos, organización y planificación de proyectos, así como la legislación regulación y normalización en el ámbito de los proyectos de Diseño de Producto y Servicios | 0,4 |
| CMD07 - Comunicar oral, escrita y gráficamente de manera efectiva y persuasiva el desarrollo y resultado de los proyectos de diseño al público objetivo en inglés y castellano. | 0,8 |
| Total: | 6 |

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RMD21 Diseñar la estrategia de producto y servicio acorde a la estrategia empresarial y el mercado objetivo

| ACTIVIDADES FORMATIVAS | HL | HNL | HT |
|--|----------|---|-------|
| Presentación en el aula, en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias. | 4 h. | | 4 h. |
| Desarrollo, redacción y presentación en equipo, de proyectos y/o POPBL. | 10 h. | 16 h. | 26 h. |
| SISTEMAS DE EVALUACIÓN | P | MECANISMOS DE RECUPERACIÓN | |
| Proyecto semestre: estrategia propuesta de producto servicio | 100% | Proyecto semestre: seguimiento y recuperación por hitos | |
| Observaciones: | | Observaciones: Diseñado para que pueda superarlo en torno al 100% de los alumnos y alumnas en primera matrícula. | |

HL - Horas lectivas: 14 h.
HNL - Horas no lectivas: 16 h.
HT - Total horas: 30 h.

RMD22 Crear propuestas de valor acorde a la estrategia empresarial y el mercado objetivo

| ACTIVIDADES FORMATIVAS | HL | HNL | HT |
|--|----------|--|-------|
| Presentación en el aula, en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias. | 4 h. | 4 h. | 8 h. |
| Desarrollo, redacción y presentación de proyectos e informes, realizados individualmente o en equipos. | 6 h. | 4 h. | 10 h. |
| Ponencia | 2 h. | | 2 h. |
| SISTEMAS DE EVALUACIÓN | P | MECANISMOS DE RECUPERACIÓN | |
| Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia. | 100% | Oportunidad de volver a entregar el ejercicio una vez recibido el feedback | |

Observaciones:

Observaciones:

HL - Horas lectivas: 12 h.
HNL - Horas no lectivas: 8 h.
HT - Total horas: 20 h.

RMD23 Analizar y crear nuevas propuestas de producto y servicio que refuercen la experiencia de marca

ACTIVIDADES FORMATIVAS

| | <i>HL</i> | <i>HNL</i> | <i>HT</i> |
|--|-----------|------------|-----------|
| Presentación en el aula, en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias. | 4 h. | 4 h. | 8 h. |
| Desarrollo, redacción y presentación en equipo, de proyectos y/o POPBL. | 10 h. | 20 h. | 30 h. |
| Dr. Misnky | 2 h. | | 2 h. |

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

P

Proyecto semestre: Definir, diseñar y desarrollar la imagen de marca de la empresa con la que se realiza el proyecto 60%
Ejercicio en equipo: definición y desarrollo de imagen de marca 40%

Observaciones: HL - Horas lectivas: 10 h. HNL - Horas no lectivas: 20 h. HT - Total horas: 30 h

MECANISMOS DE RECUPERACIÓN

Ejercicios: oportunidad de volver a entregar el ejercicio una vez recibido el feedback
Proyecto semestre: seguimiento del proyecto semestre a través de hitos y oportunidad de volver a entregar el trabajo una vez recibido el feedback

Observaciones: Diseñado para que pueda superarlo en torno al 100% de los alumnos y alumnas en primera matrícula

HL - Horas lectivas: 16 h.
HNL - Horas no lectivas: 24 h.
HT - Total horas: 40 h.

RMD24 Proponer y visualizar nuevos modelos de negocio coherentes con la estrategia de producto y servicio

ACTIVIDADES FORMATIVAS

| | <i>HL</i> | <i>HNL</i> | <i>HT</i> |
|--|-----------|------------|-----------|
| Presentación en el aula, en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias. | 6 h. | 8 h. | 14 h. |
| Desarrollo, redacción y presentación en equipo, de proyectos y/o POPBL. | 20 h. | 24 h. | 44 h. |
| Aitor Diaz | 2 h. | | 2 h. |

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

P

Proyecto semestre: visualizar y proponer nuevos modelos de negocio para la empresa con la que se realiza el proyecto 60%
Ejercicio en equipo: visualizar y proponer nuevos modelos de negocio 40%

Observaciones:

MECANISMOS DE RECUPERACIÓN

Ejercicios: oportunidad de volver a entregar el ejercicio una vez recibido el feedback
Proyecto semestre: seguimiento del proyecto semestre a través de hitos y oportunidad de volver a entregar el trabajo una vez recibido el feedback

Observaciones: Diseñado para que pueda superarlo en torno al 100% de los alumnos y alumnas en primera matrícula

HL - Horas lectivas: 28 h.
HNL - Horas no lectivas: 32 h.
HT - Total horas: 60 h.

CONTENIDOS

1. Introducción
2. Fuzzy Front End of innovation
3. Foresighting
4. Branding
5. Business Model Generation

RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

Recursos didácticos

Apuntes de la asignatura
Artículos de carácter técnico
Charlas de ponentes externos
Consultas en páginas web relacionadas con el tema
Plataforma Moodle

Bibliografía

Martin, R. The Design of Business. Harvard Business Press. 2009
Lehmann, Winer. Product Management. McGraw-Hill International Edition. 2005
Calkins, Tybout. Kellogg on Branding. 2005
Roscam Abbing, E. Brand Driven Innovation. AVA Academia. 2010
Val Jauregi, E. Tesis doctoral: Estudio sobre la primera fase del proceso de desarrollo de nuevos productos o Fuzzy Front End de la innovación. Arrasate, 2009
Osterwalder, A.; Pigneur, Y. Business Model Generation. Wiley. 2010
Brown, T. Change by design. Harper Collins. 2009
Lockwood, T. Design Thinking. Design Management Institute. 2009