




ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR

Diligencia para hacer constar que las siguientes páginas de este documento se corresponden con la información que consta en la Secretaria de la Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Sevilla relativa al programa oficial de la asignatura “Mercado, Tendencias y Aspectos Socioculturales de Producto” (51780021) del curso académico “2019-2020”, de los estudios de “Máster Universitario en Diseño e Ingeniería de Productos e Instalaciones Industriales en entornos PLM y BIM”.

M^a Eugenia de Medina Hernández

Responsable de Administración de Centro

Código Seguro De Verificación	31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Fecha	27/05/2020
Firmado Por	EUGENIA DE MEDINA HERNANDEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Página	1/5





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Mercado, Tendencias y Aspectos Socioculturales de Producto

Datos básicos de la asignatura	
Titulación:	M.U. en Diseño e Ingeniería de Product.e Instalac.Ind.en Entornos PLM y BIM
Año plan de estudio:	2018
Curso implantación:	2018-19
Departamento:	Ingeniería del Diseño
Centro sede	Escuela Politécnica Superior
Departamento:	
Nombre asignatura:	Mercado, Tendencias y Aspectos Socioculturales de Producto
Código asignatura:	51780021
Tipología:	OPTATIVA
Curso:	1
Periodo impartición:	PRIMER CUATRIMESTRE
Créditos ECTS:	3
Horas totales:	75
Área de conocimiento:	Expresión Gráfica en la Ingeniería

Objetivos y competencias
OBJETIVOS
Identificar, planificar y articular los aspectos sociales, de mercado, culturales y de tendencias a considerar en el desarrollo de proyectos en entornos colaborativos de productos soportados por PLM.
Identificar, planificar y articular los aspectos de identidad corporativa, ADN del diseño, marca, publicidad y semántica del producto en el desarrollo de proyectos en entornos colaborativos de productos soportados por PLM.
Identificar planificar y articular los aspectos de la cultura material local y global en proyectos de productos industriales para el desarrollo local bajo entornos PLM.
COMPETENCIAS BÁSICAS:
Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de

Código Seguro De Verificación	31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Fecha	27/05/2020
Firmado Por	EUGENIA DE MEDINA HERNANDEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Página	2/5





Mercado, Tendencias y Aspectos Socioculturales de Producto

problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

COMPETENCIAS GENERALES:

Conocimiento y capacidad para aplicar los principios éticos y deontológicos en el desempeño de su actividad.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

Capacidad para analizar, evaluar y sintetizar ideas propias de una manera crítica.

Capacidad de comunicación por escrito y mediante la exposición oral.

Capacidad de iniciativa, compromiso, entusiasmo y motivación, para aplicarlos en su trabajo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Identificar, planificar y articular los aspectos sociales, de mercado, culturales y de tendencias en proyectos de productos industriales en entornos PLM, considerando la imagen corporativa, ADN del diseño, la marca y la publicidad, desarrollando la cultura material local y global.

Contenidos o bloques temáticos

Cultura, semántica, tendencias, publicidad, marca, desarrollo local por diseño, cultura material local y global, ADN de diseño, mercado, sociedad, identidad corporativa

Actividades formativas y horas lectivas

Código Seguro De Verificación	31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Fecha	27/05/2020
Firmado Por	EUGENIA DE MEDINA HERNANDEZ	Página	3/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Mercado, Tendencias y Aspectos Socioculturales de Producto

Actividad	Créditos	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	0,6	6
F Prácticas de Taller/Deportivas	0,45	4,5
G Prácticas de Informática	0,45	4,5

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Actividades dirigidas

MD1 - Clases expositivas de contenidos teóricos-prácticos

MD2 - Clases prácticas en aula orientadas a la aplicación de conocimientos a situaciones concretas como estudio de casos, aprendizaje basado en problemas o resolución de problemas, clase inversa, Puzzle para el aprendizaje cooperativo, grupos de discusión.

Actividades supervisadas

MD7 - Resolución de supuestos prácticos.

MD8 - Realización de trabajos proyectuales individuales y/o en grupo

Actividades autónomas

MD12 - Estudio personal

MD13 - Lectura y análisis de documentos (trabajos de investigación, legislación, etc.)

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

SISTEMA EVALUACIÓN CONTINUA:

SE1 - Técnicas basadas en la participación activa del alumno en clase, seminarios y tutorías

SE4 - Pruebas orales: exposiciones de ejercicios, temas, informes y trabajos. Los resultados del trabajo se expondrán en la última clase del curso

Código Seguro De Verificación	31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Fecha	27/05/2020
Firmado Por	EUGENIA DE MEDINA HERNANDEZ	Página	4/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Mercado, Tendencias y Aspectos Socioculturales de Producto

SE5 - Pruebas escritas: exámenes de carácter teórico y/o práctico, pruebas sobre casos o supuestos, resolución de problemas, pruebas objetivas.

SISTEMA EVALUACIÓN FINAL:

SE4 - Pruebas orales: exposiciones de ejercicios, temas, informes y trabajos.

Código Seguro De Verificación	31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Fecha	27/05/2020
Firmado Por	EUGENIA DE MEDINA HERNANDEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/31zj2iozb5tWaSZccx+kyw==	Página	5/5

