

**FICHA DE ASIGNATURA**

**Título:** Gestión del Producto en el Punto de Venta

**Descripción:**

La asignatura pretende mostrar al alumno el funcionamiento de las diversas variables de gestión y marketing en el punto de venta. Así, en el contexto de la distribución comercial minorista, se analiza el comportamiento del comprador frente al establecimiento comercial, investigando los factores que influyen en dicho comportamiento así como el proceso de selección de un punto de venta. Y, para ello, se estudiará a nivel teórico-práctico la naturaleza y componentes de la gestión del punto de venta así como las principales acciones de *retail marketing* a desarrollar.

**Carácter:** Optativa

**Créditos ECTS:** 6

**Contextualización:**

- Preparar documentos e informes presentados en un texto escrito de forma comprensible organizada, documentada e ilustrada.
- Analizar el nivel de calidad de servicio que ofrece un establecimiento comercial.
- Seleccionar y utilizar de forma apropiada las variables del mix de marketing aplicadas a un establecimiento comercial minorista.
- Utilizar el vocabulario técnico propio de la materia.

**Modalidad:** Online

**Temario:**

- Origen y evolución del *Retail Management*.
- Importancia del *Retail Management*.
- Principales establecimientos de libre servicio.
- Arquitectura exterior del punto de venta.
- Arquitectura interior del punto de venta.

**Competencias:**

CE40 - Conocer el papel del producto en la creación de valor al cliente analizando las características de los servicios y sus implicaciones en el diseño y desarrollo de las estrategias de marketing.

**Actividades Formativas:**

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	15	100%
Clases prácticas	20	100%
Trabajo autónomo	100	0%
Tutorías	13	100%
Pruebas	2	100%

**Metodologías docentes:**

Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

**Sistema de Evaluación:**

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60

**Normativa específica:**

No se han establecido requisitos previos para esta asignatura.

**Bibliografía:**

Borja, R. P. (2012). Marketing en el punto de venta: 100 ideas clave para vender más. ESIC Editorial.