

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M230 - Merchandising y Gestión del Punto de Venta

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2019-2020

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología y Curso	Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
Código y denominación	M230 - Merchandising y Gestión del Punto de Venta				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	ROSA PATRICIA MARTINEZ GARCIA DE LEANIZ				
E-mail	rosapatricia.martinez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E249)				
Otros profesores					

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Se pretende comprender la realidad de la gestión del punto de venta de los establecimientos comerciales y analizar las técnicas de comercialización para mejorar la gestión del establecimiento minorista.

4. OBJETIVOS

1. Conocer las características y funciones del merchandising
2. Diseñar la gestión comercial del punto de venta
3. Definir el surtido óptimo del establecimiento

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	El merchandising 1.1 Concepto 1.2 Evolución del merchandising 1.3 Tipos de merchandising
2	La gestión del punto de venta 2.1 Diseño interior del establecimiento 2.2 Diseño exterior del establecimiento
3	La ambientación del punto de venta 3.1 Técnicas de animación 3.2 Publicidad en el punto de venta 3.3 El mobiliario
4	La gestión del surtido 4.1 Concepto y clasificación del surtido 4.2 Criterios de gestión del surtido 4.3 Métodos de determinación del surtido

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen de la asignatura	Examen escrito	Sí	Sí	50,00
Desarrollo de competencias	Otros	No	No	10,00
Trabajo en grupo	Trabajo	Sí	Sí	40,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
<ul style="list-style-type: none"> - Los alumnos realizarán un examen final tipo test para evaluar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos (calificación mínima: 4). - Igualmente, los alumnos llevarán a cabo diversos trabajos en grupo a lo largo de la asignatura (calificación mínima: 4). Coevaluación del trabajo por parte de los miembros del grupo. - Se superará la asignatura cuando la calificación global (examen final, trabajos en grupo y desarrollo de competencias) sea igual o superior a 5,00. - En caso de no superarse la asignatura, los alumnos tendrán la oportunidad de someterse a una nueva prueba de evaluación de aquella parte de la asignatura que sea definible como recuperable (examen escrito o trabajo práctico) que no haya superado en la evaluación continua. - Los alumnos dispondrán en todo momento del aula virtual de la asignatura. Esta herramienta les proporcionará métodos alternativos de acceso a los materiales, de comunicación entre los participantes de la asignatura y de evaluación del proceso de aprendizaje. Además, los alumnos podrán consultar el programa y el esquema de contenidos de la asignatura, realizar y entregar las tareas prácticas y participar en foros de debate. 				
Observaciones para alumnos a tiempo parcial				
<ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de la asignatura para los alumnos matriculados a tiempo parcial consistirá en un examen teórico y un trabajo práctico que seguirá una estructura establecida según los contenidos de la asignatura. 				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

Díez de Castro, E.C.; Landa, F.J. (2006): Merchandising: teoría y práctica. Esic Editorial, Madrid.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.