



GUÍA DOCENTE CURSO: 2012-13

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura:	Distribución comercial minorista		
Código de asignatura:	67103219	Plan:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Plan 2010)
Año académico:	2012-13	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	3	Tipo:	Obligatoria
Duración:	Segundo Cuatrimestre		
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA			
	Créditos:	6	Horas Presenciales del estudiante: 45
			Horas No Presenciales del estudiante: 105
			Total Horas: 150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Apoyo a la docencia	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Sánchez Pérez, Manuel		
Departamento	Dirección y Gestión de Empresas		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 2		
Despacho	27		
Teléfono	+34 950 015179	E-mail (institucional)	msanchez@ual.es
Recursos Web personales	Web de Sánchez Pérez, Manuel		
Nombre	Gázquez Abad, Juan Carlos		
Departamento	Dirección y Gestión de Empresas		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 1		
Despacho	132		
Teléfono	+34 950 214035	E-mail (institucional)	jcgazque@ual.es
Recursos Web personales	Web de Gázquez Abad, Juan Carlos		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/6



nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==

ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Actividades previstas para el aprendizaje y distribución horaria del trabajo del estudiante por actividad (estimación en horas)

I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	0,0	
	• Grupo Docente	31,0	
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	14,0	
	<i>Total Horas Presenciales/On line ...</i>		45,0
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo Autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	105	
	<i>Total Horas No Presenciales ...</i>		105
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE			150,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	2/6



nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA**Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios**

Distribución comercial

COMPETENCIAS**Competencias Generales***Competencias Genéricas de la Universidad de Almería*

- Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma

Otras Competencias Genéricas

- Capacidad de comunicar y aptitud social

Competencias Específicas desarrolladas

DTC04: Conocer las formas y tipos de gestión comercial del comercio minorista

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimiento de los aspectos esenciales que configuran la gestión de las empresas minoristas. Identificación y delimitación de áreas comerciales

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	3/6
			
nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==			

BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS			
Bloque	1. El mundo del comercio minorista		
Contenido/Tema			
	Introducción al mundo del comercio minorista. Tipos de minoristas. Comercio multicanal. Comportamiento del cliente en el punto de venta		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		7,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		3,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque	2. Estrategia minorista		
Contenido/Tema			
	Estrategia en los mercados minoristas. Estrategia financiera. Localización comercial. Gestión de recursos humanos. Sisemas de información y gestión de la cadena de aprovisionamiento. Gestión de las relaciones con el cliente.		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		11,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Aprendizaje basado en problemas		2,0
	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		2,0
	Estudio de casos		2,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque	3. Gestión del merchandising		
Contenido/Tema			
	Gestión del surtido. Sistemas de planificación del surtido. Compra de mercancías. Precios de venta. Promoción en el punto de venta.		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		8,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Estudio de casos		1,0
	Problemas		1,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque	4. Gestión del punto de venta		
Contenido/Tema			
	Configuración, diseño y merchandising visual. El servicio al cliente.		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		5,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Aprendizaje basado en problemas		1,0
	Estudio de casos		2,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==

PÁGINA

4/6



nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios de Evaluación

Prueba final de opción múltiple.

Valoración de actividades relacionadas con los temas.

Participación y visitas a empresas.

Porcentajes de Evaluación de las Actividades a realizar por los alumnos

	Actividad	(Nº horas)	Porcentaje
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	(0)	0 %
	• Grupo Docente	(31)	45 %
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	(14)	20 %
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	(105)	35 %

Instrumentos de Evaluación

- Otros: Prueba final de opción múltiple (45%) Actividades relacionadas con los temas (30%) Asistencia a clase y seminarios (15%) Visitas a empresas (10%)

Mecanismos de seguimiento

- Asistencia y participación en seminarios
- Alta y acceso al aula virtual
- Entrega de actividades en aula virtual

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==

PÁGINA

5/6



nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

La gestión moderna del comercio minorista: El enfoque práctico de las tiendas de éxito (*Juan Carlos Burruezo García*) - Bibliografía complementaria
Manual para la gestión integral del comercio minorista (*Angel Alvarez Ramos*) - Bibliografía básica
Retailing Management (*Michael Levy y Barton A. Weitz*) - Bibliografía básica
The New Science of Retailing: How Analytics Are Transforming the Supply Chain and Improving Performance (*Marshall Fisher y Ananth Raman*) - Bibliografía complementaria


Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/x?SEARCH=67103219>

DIRECCIONES WEB

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	6/6
			
nZo41pWTHg1a2DaWeatzvA==			