



GUÍA DOCENTE CURSO: 2014-15

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:	2014-15	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:		Semipresencial (b-learning)	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Sánchez Pérez, Manuel		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
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		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/8



omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

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/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	2/8
			
omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==			

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

El comercio es un sector de una indudable importancia económica para todos los países, como lo revela su importancia en la economía, las empresas comerciales existentes o el empleo que genera. En el caso de España supone el 12,1% del PIB de la economía. En particular, el comercio minorista constituye en sí mismo el 5,3% del PIB total. Su importancia es creciente, existiendo actualmente unas 485.987 empresas de comercio minorista, que equivalen al 15,2% del total de empresas existentes en España. Estas empresas suponen 1.826.081 personas empleadas a fecha de 2012, un total del 11% del total de ocupados de la economía.

La gestión de las empresas de comercio minorista y de sus establecimientos poseen una particular complejidad por la multitud de aspectos a considerar tanto a nivel de estratégico, como es la gestión y dirección del punto de venta. Pero también es necesario gestionar su retailing-mix, como son la localización, el surtido de productos, los precios, la promoción, el merchandising o los servicios y la venta.

Considerando como base los conceptos aprendidos sobre estructuras de canales de distribución, características del comercio al detalle o áreas comerciales, la asignatura de Distribución Comercial Minorista se adentra en la gestión del comercio al por menos de forma integral y considerando las diversas variables de retailing-mix.

Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

Introducción a la Distribución Comercial. Dirección de ventas.

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

Canales y sistemas de distribución. Comercio mayorista y minorista. Fundamentos de logística logística de la distribución. Conceptos básicos sobre dirección de ventas.

COMPETENCIAS

Competencias Generales

Competencias Genéricas de la Universidad de Almería

- Conocimientos básicos de la profesión
- Comunicación oral y escrita en la propia lengua

Otras Competencias Genéricas

- Aplicación de conocimientos

Competencias Específicas desarrolladas

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

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

· Realizar un plan de gestión de un comercio minorista. · Determinar los formatos comerciales más idóneos en función del tipo de producto y de cliente. · Analizar la localización del comercio minorista. · Planificar el surtido del punto de venta. · Evaluar las distintas herramientas promocionales en el punto de venta. · Conocer el funcionamiento operativo de un comercio minorista. · Conocer las principales pautas del merchandising del punto de venta.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

PÁGINA

3/8



omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS			
Bloque	I. EL MUNDO DEL COMERCIO MINORISTA		
Contenido/Tema			
	Tema 1: Introducción al mundo del comercio minorista.		
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		1,2
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios	Realización de ejercicios	0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 2: Tipos de minoristas		
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		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 3: Comercio multicanal		
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		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 4: 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		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,3
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque	II. ESTRATEGIA MINORISTA		
Contenido/Tema			
	Tema 5: Estrategias en los mercados minoristas		
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		1,8
	Proyecciones audiovisuales		0,2
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 6: Aspectos financieros de la gestión minorista		
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>

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

PÁGINA

4/8



omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,3
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 7: Localización del 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		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Seminarios y actividades académicamente dirigidas		1,0
	Trabajo en equipo		0,3
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 8: Gestión de recursos humanos		
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		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 9: Sistemas de información y gestión de la cadena de aprovisionamiento		
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		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,3
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 10: Gestión de las relaciones con los clientes		
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		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,3
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque	III. GESTIÓN DEL SURTIDO		
Contenido/Tema			
	Tema 11: Proceso de planificación del surtido		
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		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 12: Compra de productos		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por	Universidad De Almería	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	5/8
			
omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==			

Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 13: El precio de venta en la estrategia minorista		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		1,6
	Proyecciones audiovisuales		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 14: Promoción en el punto de venta		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		1,5
	Proyecciones audiovisuales		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Bloque			
	IV. GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA		
Contenido/Tema			
	Tema 15: Dirección del establecimiento		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		1,5
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,4
	Trabajo en equipo		0,4
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Contenido/Tema			
	Tema 16: Configuración, diseño y merchandising visual		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
Modalidad Organizativa	Procedimientos y Actividades Formativas	Observaciones	Horas Pres./On line
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Exposición de grupos de trabajo		2,0
	Proyecciones audiovisuales		0,7
	Sesión de evaluación		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Realización de ejercicios		0,7
	Trabajo en equipo		0,8
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/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

PÁGINA

6/8



omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios de Evaluación

Como sistema de evaluación preferente, se aplicará una evaluación continua. No obstante, se puede aplicar un sistema de evaluación alternativo, en caso de no poder asistir a clase ni seguir la metodología de evaluación continua, recomendando que se avise al profesor al comienzo de la asignatura de la elección de esta alternativa.

1) Modalidad de evaluación continua:

- Actividades relacionadas con los temas (ponderación: 30%)
- Tests de autoevaluación (ponderación: 5%)
- Trabajo en grupo (ponderación: 20%)
- Prueba final escrita (ponderación: 35%)
- Asistencia a clase y seminarios: (ponderación: 10%)

Será necesario obtener al menos un cuatro en cada una de las partes para superar la asignatura.

2) Modalidad de evaluación alternativa (se recomienda solicitar durante el primer mes del periodo docente de la asignatura):

Prueba final escrita.

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)	25 %
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	(14)	25 %
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	(105)	50 %

Instrumentos de Evaluación

- Pruebas, ejercicios, problemas.
- Autoevaluación (individual y en grupo) del proceso.
- Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.
- Pruebas finales (escritas u orales).
- Pruebas finales de opción múltiple.
- Portafolio del estudiante.

Mecanismos de seguimiento

- Asistencia y participación en seminarios
- Alta y acceso al aula virtual
- Participación en herramientas de comunicación (foros de debate, correos)
- Entrega de actividades en clase
- 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/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

PÁGINA

7/8



omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Básica

- Retailing Management (*Michael Levy y Barton A. Weitz*) - Bibliografía básica

Complementaria

- Distribución Comercial Aplicada (*Molinillo Jiménez, Sebastián*) - Bibliografía complementaria
- 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 complementaria
- 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/e?SEARCH=DISTRIBUCION COMERCIAL MINORISTA](http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=DISTRIBUCION%20COMERCIAL%20MINORISTA)

DIRECCIONES WEB

- <http://www.aecoc.es>
AECOC
- <http://www.asociacionsupermercados.com/>
Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados - ACES
- <http://www.granconsumo.tv/>
Gran Consumo TV

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==

PÁGINA

8/8



omueRFjjsW/ZMLpTU4D29A==