



Sílabo de Retail Marketing

I. Datos generales

Código	AAUC 00683			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	4			
Periodo académico	2019			
Prerrequisito	Marketing			
Horas	Teóricas:	2	Prácticas:	4

II. Sumilla de la asignatura

La asignatura brinda conocimientos en:

Mercados emergentes y el retail en el mundo y el Perú, nuevas tecnologías y nuevas pautas de consumo, evolución y fundamentos del retail y su aplicación comercial, modelo comercial del retail: nace un nuevo canal de ventas, desde donde debe partir el negocio retail. ¿A dónde vamos?, la estrategia de la empresa retail y el marketing: calidad de servicio y marketing interno, shopper marketing: Diseño estratégico del negocio retail, Category Management - gestión de categorías en el retail, el retail en los Supermercados, el sector textil y centros comerciales, el manejo de la comunicación en el retail físico y virtual, el comercio minorista electrónico, indicadores clave para afrontar el futuro del retail: Mega tendencias del retail, controles e indicadores de gestión: ventas, merma, inventarios y auditorías internas y externas en el retail y el valor del coaching en equipos de tienda: gestión de tienda, equipos y liderazgo en el retail.

III. Competencia

Hoy en día el universo del retail es el cliente, por lo tanto la necesidad de proporcionar al mercado nuevos líderes que sean capaces de identificar y desarrollar herramientas de marketing para analizar el contexto del negocio retail, así como identificar oportunidades importantes para mejorar la gestión táctica del negocio, considerando tanto el impacto en la experiencia de compra, la rentabilidad y crecimiento de cada categoría del mundo retail. Asimismo el alumno desarrollará la capacidad de entender y aplicar conceptos, principios y procesos generales de la gerencia del negocio detallista.



IV. Organización de los aprendizajes

Unidad	Conocimientos	Procedimientos	Actitudes
I	Mercados emergentes y el retail en el mundo y el Perú.	Conoce los mercados emergentes y el retail en el mundo y el Perú.	Toma conciencia de lo importante que es capacitarse sobre una nueva tendencia de ventas como el retail; además reconoce la importancia del desarrollo de estrategias en el retail.
	Evolución y fundamentos del retail y su aplicación comercial.	Conoce los fundamentos del retail y reconoce un nuevo canal de ventas.	
	Nuevas tecnologías y nuevas pautas de consumo.	Identifica las nuevas tecnologías y pautas de consumo.	
	Modelo comercial del retail: nace un nuevo canal de ventas		
II	Desde donde debe partir el negocio retail. ¿A dónde vamos?	Identifica de donde debe partir el negocio del retail.	
	La estrategia de la empresa retail y el marketing: Calidad de servicio y marketing interno.	Desarrolla y caracteriza las estrategias del retail a través del marketing. Reconoce la importancia de la experiencia de compra del cliente.	
	Shopper marketing: Diseño estratégico del negocio retail.		
	Gestión estratégica y sistemática de las experiencias de compra. Comportamiento del comprador.		
Evaluación parcial			
III	Category management - Gestión de categorías en el retail.	Aprende e identifica la gestión de categorías de retail	Comprende que el mercado laboral solicita profesionales líderes con conocimientos de gestión de retail.
	El retail en los supermercados y el sector textil. Visita a tiendas de Plaza Veá	Conoce el desenvolvimiento de las tiendas retail como supermercados, casa hogar-arquitectura de interiores y centros comerciales.	
	El retail en el diseño y la arquitectura interior como impulso comercial para las ventas. Visita a tienda de Maestro.		
	Retos del marketing en los centros comerciales.		
IV	El manejo de la comunicación en el retail físico y virtual. El comercio minorista electrónico.		
	Indicadores clave para afrontar el futuro del retail: Mega tendencias del retail.	Reconoce los indicadores clave para afrontar el futuro del retail.	
	Control e indicadores de gestión: ventas, merma, inventarios y auditorías internas y externas en el retail.	Conoce los controles e indicadores de gestión de una tienda retail.	
	El valor del coaching en equipos de tienda: Gestión de tienda, equipos y liderazgo en el retail.	Aprende el valor del coaching en los equipos de tienda.	
Evaluación final			



V. Estrategias metodológicas

En clases se considerará la participación activa de los estudiantes para desarrollar los contenidos y actividades educativas previstas, dentro y fuera del aula, contando con la dirección del docente.

Se utilizará el método audio visual para las exposiciones de los temas relacionados al retail marketing.

Trabajo de equipo con la supervisión profesional del docente para investigar e intercambiar experiencias de aprendizaje y trabajo.

VI. Sistema de Evaluación

Rubros	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prueba de desarrollo	Requisito
Consolidado 1	Lista de cotejo. Registro de respuestas orales / Ficha de observación. Registro de evaluación. Rúbrica de exposiciones.	20%
Evaluación parcial		20%
Consolidado 2	Lista de cotejo. Registro de evaluación. Registro de respuestas orales / Ficha de observación. Rúbrica de exposiciones.	20%
Evaluación final		40%
Evaluación sustitutoria (*)	Prueba de desarrollo	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$

VII. Bibliografía

7.1 Básica

- RICO, Rubén Roberto y DORIA, Evaristo. *Retail Marketing – El nuevo marketing para el negocio minorista*. 2ª ed. Buenos Aires: Editorial Pearson Education S.A., 2006. CCI: 658.87 / R53
- ORTEGA, Carolina; COTADO, Orlando; MARTÍNEZ ROIG, David; FERNÁNDEZ REGUERO; TORRES, Imanol; COTADO, Iván; BENAVIDES, Enrique; CONTRERAS, Andrés; GONZALES ESTEBAN, Javier; IGNACIO PERIER, Javier y YORCA, Jacinto. *Claves del retail*. Visión 2013-2015.

7.2 Complementaria

- GARCÍA VEGA, Emilio. *Una aproximación al retail moderno*. 1ª ed. Universidad del Pacífico, 2011



7.3 Recursos digitales

- <http://www.clavesdelretail.com>
- <http://www.peru-retail.com>
- <http://america-retail.com>
- <http://retail-index.com>

2019.