



## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 5064 - RETAIL MÀRQUETING

#### Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
  - Ester Hidalgo Pastor <[ehidalgop@tecnocampus.cat](mailto:ehidalgop@tecnocampus.cat)>

#### Llengües de docència

- Castellà
- Castellà: Materials docents: articles, vídeos.
- Anglès: Materials docents: articles, vídeos.

#### Presentació de l'assignatura

C

Harmonitzar un espai comercial on generar record al comprador, per a convertir-lo en prescriptor.

#### Competències/Resultats d'aprenentatge

##### Bàsica

- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'indole social, científica o ètica.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

##### Específica

- CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.

##### General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

##### Transversal

- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

No definides

## Continguts

---

### CONTINGUTS

1-INTRODUCCIÓ AL RETAIL MARKETING

2-TENDÈNCIES

3-L'EXPERIÈNCIA DE COMPRA

· Decisions estratègiques: TARGET- POSICIONAMIENTO- ROL DEL PUNT DE VENDA

· Decisions tàctiques-Les 7P de l'Retail Mix:

-Producte / Servei / PVP / Ubicació / Visual Merchandising / Store Màrqueting Pla / Atenció a el client

4. TECNOLOGIA APLICADA A EL PUNT DE VENDA

## Objectius de Desenvolupament Sostenible

---

No definides

## Sistema d'avaluació i qualificació

---

### Avaluació continuada 80%

**SE1.** Participació en casos, debats i exercicis proposats per la docent - **20%**

**SE2.** Exercicis individuals proposats per la docent: **50%**

-Assistència i participació en Retail-Safaris-

-Treball final: Innovació d'un concepte retail, partint d'un concepte existent. Definició de l'estratègia retail- Target / Posicionament / Procés de compra- i experiència de compra nova- 50% (30% valoració grupal + 10% contribució Individual).

Aquest treball es desenvoluparà parcialment a classe durant les sessions.

**SE3.**Exposició de la feina final - 10%

### Exàmen final - 20%

**SE4.** Examen individual 1 / Preguntes obertes - 20% L'assignatura és presencial i s'ha de seguir des de l'inici de curs. Atès que es tracta d'una avaluació continuada, l'assistència és obligatòria i necessària per a poder aprovar, així com el lliurament dels exercicis proposats per la docent dins dels terminis establerts.

Els exercicis lliurats fora de termini tindran una puntuació màxima de 4/10. La nota final mínima per aprovar serà un 5/10. Només es podrà recuperar l'examen final, que haurà de ser aprovat (5/10) per fer mitja amb la nota acumulada de l'avaluació contínua.