

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5064 - RETAIL MÀRQUETING

Informació general

- Curs acadèmic 2024/25
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Ester Hidalgo Pastor <ehidalgop@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

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

Presentació de l'assignatura

La irrupció de la tecnologia ha provocat un canvi de paradigma en el sector Retail.

El comprador ha desenvolupat una cultura digital i empoderat a través de la tecnologia, gaudeix d'un poder sense precedents que el converteix en protagonista.

Li permet estar informat, tenir accés directe a productes i serveis, comparar, opinar, compartir, co-crear... comprar el que vulgui, quan vulgui i des de qualsevol lloc.

En aquest context els seus valors, necessitats i expectatives evolucionen.

I també la forma en la que utilitza els canals on-off per prendre les seves decisions de compra, fent imprescindible per part de les companyies del sector Retail la integració d'ambdós mons per oferir una experiència de marca ininterrompuda que refermi la seva relació amb la marca, com a clau per a la seva fidelització i prescripció.

En aquest escenari, el comerç minorista, vincle directe amb els compradors, exerceix un paper essencial. Y la experiència de compra es clau.

La qual, per a ser eficaç, ha de complir tres objectius principals:

- Seduir al seu comprador objectiu/ Target
- Generar un procés de compra ergonòmic i adaptat a les seves necessitats;
- Harmonitzar un espai comercial on generar record al comprador, per a convertir-lo en prescriptor.

Igualment, el punt de venda es converteix en canal estratègic de comunicació, on entren en joc polítiques tàctiques imprescindibles d'entendre i gestionar per a assegurar una experiència única, autèntica i coherent, clau per a la diferenciació i perdurabilitat en el temps.

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'índole 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

1-TENDÈNCIES: OMNICALITAT

2- INTRODUCCIÓ AL RETAIL MARKETING

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. INNOVACIÓ

5.PRESENTACIÓ FINAL

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Sistema d'avaluació i qualificació

1-Avaluació continuada- 20%

Assistència, participació a classe. Assistència i participació SAFARIS.

Presentació Fase Analítica

2-Projecte Conceptualització experiència de compra- 50%

3-Examen final - 30%

SE4. Examen individual 1/ Preguntes obertes - 30%

L'assignatura és presencial i s'ha de seguir des de l'inici de curso. 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 a aprobar serà un 5/10.

Només es podrà recuperar l'examen final, que haurà de ser aprovat (5/10) per a fer mitjana amb la nota acumulada de l'avaluació contínua.