



---

PROGRAMA  
ACADÉMICO

LICENCIATURA  
EN RELACIONES  
COMERCIALES

UNIDAD DE  
APRENDIZAJE:

ADMINISTRACIÓN  
DETALLISTA  
(RETAIL)



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
SECRETARÍA ACADÉMICA  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



PROGRAMA SINTÉTICO

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales.

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Administración Detallista (Retail) NIVEL: IV

**PRÓPOSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:**

Diseña los elementos esenciales de una tienda retail, con base en la adecuada administración de comercios detallista.

**CONTENIDOS:**

- I. El Retail en México y el mundo actual.
- II. Formas de negociar y logística de distribución.
- III. Administración general de la tienda.
- IV. Rol de capital humano en la satisfacción del cliente.
- V. Comunicación integral Retail.

**ORIENTACIÓN DIDÁCTICA:**

El constructivismo dirige las actividades educativas, es por ello que la metodología de enseñanza empleada en esta unidad de aprendizaje es desarrollada bajo este enfoque. El estudiante construirá su propio conocimiento y reflexionará sobre el mismo, a través de búsqueda de información de diferentes medios y fuentes, sesiones plenarias, mapas conceptuales, cuadros sinópticos y el desarrollo de casos prácticos por unidad temática que permitan al estudiante obtener las competencias generales y específicas de la presente unidad de aprendizaje. El profesor asumirá funciones de facilitador, orientador y asesor de las actividades desarrolladas por el estudiante dentro de su proceso de aprendizaje.

**EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:**

Se aplicará una evaluación diagnóstica al iniciar el semestre, con el propósito de valorar los conocimientos previos del estudiante. Además se tendrá una evaluación formativa que incluye la integración del portafolio de evidencias. Para la acreditación de la unidad de aprendizaje se llevará a cabo una evaluación sumativa que consiste en el diseño de los elementos esenciales de una tienda retail, con base a la adecuada administración de un comercio detallista.

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por:

- Competencia demostrada durante las dos primeras semanas a partir del inicio del curso; se evaluará mediante el desarrollo de un caso práctico, con un mínimo del 80% del dominio de las competencias principales para diseñar los elementos esenciales de una tienda retail, con base a la adecuada administración de un comercio detallista.
- Cursarse en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan convenio con el IPN.
- Movilidad entre las ESCA de acuerdo a la capacidad de atención de cada unidad académica.
- Movilidad entre modalidades escolares de acuerdo a la capacidad de atención.

**BIBLIOGRAFÍA:**

Barton, A. Weitz. Ventas, construyendo sociedades. Editorial Mc Graw Hill. México 2005, 5ta. edición, 622 págs. ISBN: 0-07-254928-9.

D'Andrea Guillermo, Lawrence J. Ring y Douglas J. Tig Retail Management Editorial Temas grupo editorial, México 2004. I.S.B.N : 950-9445-01-0

Kotler Philip : Dirección de Marketing, Editorial Prentice Hall, 12ª edición, México 2005. ISBN 13: 9788420544632

Pérez, Fabián. Dirección Estratégica de Venta Profesional. Editorial Pearson. Argentina 1ra. Edición 2009. 296 págs. ISBN: 978-987-615-059-0

Stanton J.William, Etzel J. Michael, Fundamentos de Mercadotecnia, Editorial Mc Graw Hill, México 2004 13ª, edición. ISBN 970-10-3825-8

Rico Rubén Roberto, Doria Evaristo, Retail Marketing, Editorial Pearson Education, Buenos Aires 2005.2ª edición. ISBN : 987-1147-449

**PÁGINAS WEB:**

<http://retailindustry.about.com/>, Septiembre 2010.

[www.winred.com/.../retail-marketing...marketing.../gmx-niv114-con2174.htm](http://www.winred.com/.../retail-marketing...marketing.../gmx-niv114-con2174.htm), Septiembre 2010.

<http://www.retail.awanzo.com/>, Septiembre 2010.

<http://retailers.es/>, Septiembre 2010.



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA



### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

#### PERFIL DOCENTE POR UNIDAD DE APRENDIZAJE

##### 1. DATOS GENERALES

**UNIDAD ACADÉMICA:** ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

**PROGRAMA ACADÉMICO:** Licenciatura en Relaciones Comerciales. **NIVEL:** IV

**ÁREA DE FORMACIÓN:**

Institucional	a) Científica Básica	Profesional	Terminal y de Integración
---------------	----------------------	-------------	---------------------------

**ACADEMIA:** Ventas y Distribución **UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Administración Detallista (Retail)

**ESPECIALIDAD Y NIVEL ACADÉMICO REQUERIDO:** Licenciado en Relaciones Comerciales, Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración.

##### 2. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Diseña los elementos esenciales de una tienda retail, con base en la adecuada administración de comercios detallista.

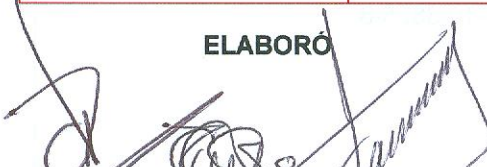
##### 3.- PERFIL DOCENTE:

CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA PROFESIONAL	HABILIDADES	ACTITUDES
En el área de ventas Retail con un mínimo de 2 años de experiencia. Del diseño de Visual Merchandising en tiendas detallistas. A nivel de especialidad o maestría. Del MEI	Experiencia de 3 años en la profesión y de 1 año mínimo en la docencia.	Facilidad de palabra. Buena dicción. Liderazgo. Análisis. Manejo de grupos. Manejo de estrategias didácticas. Construcción de relaciones comerciales. Aplicación del enfoque educativo institucional.	Honestidad. Responsabilidad. Puntualidad. Creatividad. Dinamismo. Compromiso social. Tolerancia. Entusiasta. Respeto. Para la docencia.


**ELABORÓ**

**REVISÓ**

**AUTORIZÓ**

  
 LRC Pablo Fattel Roman y  
 LRC Eduardo Ponce García  
 LRC Cuauhtémoc Rosas Pineda  
 Presidentes de Academias de Asignaturas Afines de Ventas y Distribución de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

  
 M. en C. Nadina O. Valentin Kajatt y  
 M. en A. María Estela Casas Hernández  
 Subdirectoras Académicas de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

  
 C.P. Norma Cano Olea y  
 C.P.C. y M. en C. Jaime V. Sanchis Cuevas  
 Directores de ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.



FECHA: 2010.

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA  
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
E. S. C. A. TEPEPAN  
DIRECCION

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA  
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
E.S.C.A. SANTO TOMAS  
DIRECCION



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**  
**SECRETARÍA ACADÉMICA**  
**DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR**



**UNIDAD ACADÉMICA:** ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN, UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN  
**PROGRAMA ACADÉMICO:** Licenciatura en Relaciones Comerciales  
**PROFESIONAL ASOCIADO:** En Comercialización  
**ÁREA FORMATIVA:** Profesional  
**MODALIDAD:** Presencial

**UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Administración Detallista (Retail)  
**TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Teórico-Práctica Optativa "C"  
**VIGENCIA:** 2010  
**NIVEL:** IV  
**CRÉDITOS:** 8.00 Tepic (5.20 SATCA)



**INTENCIÓN EDUCATIVA**

El entorno actual caracterizado por la alta competencia exige en las organizaciones la creación de ventajas competitivas sostenibles y la diferenciación necesaria que agregue valor al cliente. En este marco, el Comercio Detallista demanda profesionistas preparados en esta área para apoyar a las empresas a ser competitivas internacionalmente. Es por eso que la responsabilidad recae en el Licenciado en Relaciones Comerciales que se compromete a diseñar estrategias para determinar los factores de éxito para que sean pilares de su negocio.

Las competencias específicas que desarrollará el estudiante al terminar la unidad de aprendizaje serán:

- Analiza el contexto general mundial y nacional de las empresas Retail con base en las necesidades actuales del mercado.
- Diseña métodos de negociación en las tiendas retail, bajo los lineamientos de la distribución de mercancías.
- Diseña técnicas para la administración general del espacio dentro de la tienda de manera óptima y eficaz, con base en la negociación con el personal retail.
- Diseña estrategias de servicio al cliente de tiendas detallistas con base en la capacitación de los recursos humanos.
- Diseña herramientas promoción que permitan la comunicación exitosa entre los clientes de acuerdo con la creación de relaciones comerciales a largo plazo.

Esta unidad de aprendizaje se relaciona vertical descendente con las siguientes unidades de aprendizaje del área institucional: Comunicación Oral y Escrita y Tecnologías de Información y Comunicación; en el área Científico Básico: Fundamentos de Administración, Fundamentos de Mercadotecnia, Matemáticas para Negocios, con el área profesional con Introducción a la Venta, Sistema de Información de Mercadotecnia, Costos de Comercialización, Técnicas y Habilidades de Venta, Venta Especializada y Mercadotecnia Analítica. De forma horizontal con el área profesional: Canales de Distribución y Logística, Compras, Medios Promocionales de Venta, Aplicaciones de Informática Comercial y con el área terminal y de integración con Administración de Ventas. De forma vertical ascendente con el área terminal y de integración: Dirección Estratégica Comercial, Administración de Productos y Servicios, y Taller de Desarrollo de Negocios.

**PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Diseña los elementos esenciales de una tienda retail, con base en la adecuada administración de comercios detallista.

**TIEMPOS ASIGNADOS**

**HORAS TEORÍA/SEMANA:** 3.0  
**HORAS PRÁCTICA/SEMANA:** 2.0  
**HORAS TEORÍA/NIVEL:** 54.0  
**HORAS PRÁCTICA/NIVEL:** 36.0  
**HORAS TOTALES/NIVEL:** 90.0

**UNIDAD DE APRENDIZAJE**

**DISEÑADA POR:**

Academias de Ventas y Distribución de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

**REVISADA POR:**

Subdirección Académica de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

**APROBADA POR:** Consejo Técnico Consultivo Escolar de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan,

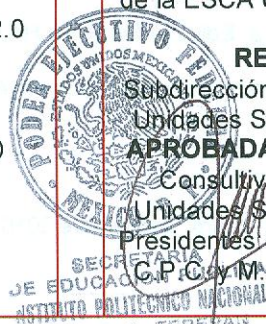
Presidentes C.P. Norma Cano Olea y C.P. Cay M. en C. Jaime V. Sánchez Cuevas.

**AUTORIZADO POR:**

Comisión de Programas Académicos del Consejo General Consultivo del IPN

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
 DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 Ing. Rodrigo de Jesús Serrano Domínguez.

Secretario Técnico de la Comisión de Programas Académicos.





# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA

### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Administración Detallista (Retail)

HOJA: 3

DE 10

Nº UNIDAD TEMÁTICA: I

NOMBRE: El Retail en México y el mundo actual

#### UNIDAD DE COMPETENCIA

Analiza el contexto general mundial y nacional de las empresas Retail con base en las necesidades actuales del mercado.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
1.1	Retail: Concepto e importancia.	1.0	1.0	2.0	
1.2	Tipos de mercados: Retail y consumo masivo.	1.0	1.0		
1.3	El Retail y su participación en la actividad económica del país.	1.0	1.0	2.0	
1.3.1	Los principales Retail en México y en el mundo.				
1.4	Sectores Retail y sus características.	1.0			
1.4.1	Supermercados (anaquel).				
1.4.2	Tiendas de autoservicio (cadenas de tiendas corporativas).		1.0	2.0	
1.4.3	Negociaciones por departamento o CEDIS.				
1.5.4	Tiendas por especialidad.			1.0	
1.5.5	Farmacias.				
1.5.6	Tiendas de descuento.				
1.5.7	Tiendas de conveniencia.				
1.5.8	Misceláneas.				
1.5.9	Propiedad.				
1.6	Cooperativas detallistas.	1.0	1.0		
1.6.1	Organización de franquicias.				
1.6.2	Crecimiento y proyecciones del Retail en México y en el mundo (franquicias, coinversiones, concesiones, consignación, etc.).				
Subtotales por Unidad Temática:		5.0	5.0	7.0	

#### ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Búsqueda de información de manera individual acerca de los temas de la unidad.
- Elaboración en equipo de una matriz de inducción acerca de los modelos de tiendas retail.
- Resolución en equipo de la práctica No.1 "Crecimiento y proyección del Retail en México". Que consiste en el análisis de las características esenciales de las tiendas Retail en México y a nivel internacional para su correcta diferenciación con otros modelos de negocios.

#### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Matriz de inducción, considerando: 30%
  1. El análisis de los elementos más importantes de los modelos detallista de negocios.
  2. Debe hacer uso de las TIC.
  3. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Reporte escrito de la práctica No. 1 con las siguientes características, 50%:
  1. Análisis de las características de las tiendas retail a nivel nacional e internacional
  2. Un mínimo de 3 y un máximo de 5 cuartillas.
  3. Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
  4. Contener una conclusión.
- Exposición de la práctica No. 1, utilizando las TIC, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%





# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA

### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Administración Detallista (Retail).

HOJA: 5 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: III

NOMBRE: Administración general de la tienda detallista.

#### UNIDAD DE COMPETENCIA

Diseña técnicas para la administración general del espacio dentro de la tienda de manera óptima y eficaz, con base en la negociación con el personal retail.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
3.1	Estructura de la venta al detalle	2.0	1.0	2.0	1B, 3B, 5C
3.2	Nivel de servicio que la tienda ofrece	1.0	1.0		
3.2.1	Autoservicio				
3.2.2	Autoselección				
3.2.3	Servicio limitado				
3.2.4	Servicio completo				
3.3	Estructura del personal en una tienda Retail y sus funciones	2.0	1.0	2.0	
3.3.1	Gerente territorial				
3.3.2	Gerente de tienda				
3.3.3	Subgerente de tienda				
3.3.4	Supervisión de área				
3.3.5	Encargado de tienda				
3.3.6	Vendedor de piso				
3.3.7	Otras funciones en la tienda				
3.4	Manejo del espacio físico en la tienda	1.0	2.0	4.0	
3.4.1	Selección de mercancías				
3.4.2	Dimensiones del surtido				
3.4.3	Ampliación de líneas				
3.4.4	Profundidad				
3.4.5	Longitud				
3.4.6	Surtido eficiente				
3.4.7	Clasificación del surtido				
3.4.8	Gestión de categoría				
3.4.9	Criterios de clasificación				
3.4.10	Cualidades				
3.4.11	Disposición interna del punto de venta				
3.4.12	Disposiciones de los pasillos				
3.4.13	Niveles de colocación de los productos				
3.4.14	Administración de categorías				
Subtotales por Unidad temática:		6.0	5.0	8.0	

#### ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Realización en equipo de un video acerca de La Administración en una tienda detallista.
- Realización por equipos de la práctica, No. 3: "La Administración de las tiendas detallistas". Que consiste en el diseño de un modelo de administración para una tienda detallista.

#### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Video, considerando lo siguiente 30%:
  - Que muestre una entrevista a un gerente de una tienda detallista.
  - Que indique la forma de administración de espacios físicos y la mercancía.
  - Deberá ser filmando y editado por el equipo.
  - Entregarlo en CD.
- Reporte escrito de la práctica No. 3, considerando 50%:
  - Presentar el diseño de un modelo de administración para una tienda retail.
  - Desarrollar la estructura de venta al detalle, la estructura personal y el manejo del espacio físico.
  - De un mínimo de 5 cuartillas y un máximo de 8.
  - Debe estar redactado bajo los criterios del equipo.
  - Deberá contener una conclusión.
- Exposición de la práctica No. 3, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**  
**SECRETARÍA ACADÉMICA**  
**DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR**



**UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Administración Detallista (Retail). **HOJA:** 6 **DE** 10

**N° UNIDAD TEMÁTICA:** IV **NOMBRE:** Rol del capital humano en la satisfacción del cliente.

**UNIDAD DE COMPETENCIA**

Diseña estrategias de servicio al cliente de tiendas detallistas con base en la capacitación de los recursos humanos.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
4.1	Liderazgo de servicio	1.0	1.0	2.0	1B, 3B, 6B
4.2	Desarrollo de estrategias de servicio				
4.3	La cadena de rentabilidad del servicio				
4.4	Desarrollo de una cultura de servicio				
4.5	Identificación y Asignación de tareas	1.0	1.0	2.0	
4.6	labores de coordinación en el trabajo en tiendas				
4.6.1	Sistemas de reuniones				
4.6.2	Asignación de tareas y responsabilidades	1.0	1.0	1.0	
4.7	Capacitación del personal en la tienda				
4.7.1	Coaching y entrenamiento del vendedor	1.0	1.0		
4.8	Asignación de metas				
4.8.1	Metas por zonas físicas				
4.8.2	Metas por líneas de productos				
4.8.3	Metas por periodo de tiempo				
4.8.4	Sistemas de control de metas de tiempo	2.0	1.0	2.0	
4.9	Control y evaluación				
4.9.1	Desempeño diario				
4.9.2	Desempeño mensual				
4.9.3	Análisis de resultados				
4.9.4	Acciones correctiva				
4.9.5	Sistemas de incentivos				
<b>Subtotales por Unidad Temática:</b>		<b>6.0</b>	<b>5.0</b>	<b>7.0</b>	

**ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE**

- Realización en equipo de un comic acerca de la capacitación y coaching de personal de tiendas detallistas.
- Elaboración en equipo de la práctica No. 4, sobre "El desarrollo de estrategia de servicio al cliente en el mercado Retail". Que consiste en el diseño de estructuras de valor agregado a través de estrategias de servicio al cliente de tiendas detallistas.

**EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

- Comic, considerando lo siguiente 30%:
  1. Que muestre los elementos más importantes de la capacitación y el coaching al personal de tiendas detallistas.
  2. Deberá ser inédito y elaborado bajo el criterio del equipo de trabajo.
- Reporte escrito de la práctica No. 4, considerando 50%:
  1. Presentar el diseño de estrategias de servicio al cliente, para generar valor agregado.
  2. De un mínimo de 5 cuartillas y un máximo de 8.
  3. Debe estar redactado bajo los criterios del equipo.
  4. Deberá contener una conclusión.
- Exposición de la práctica No. 4, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%





INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Administración Detallista (Retail)

HOJA: 7 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: V

NOMBRE: Comunicación integral en el Retail.

**UNIDAD DE COMPETENCIA**

Diseña herramientas promoción que permitan la comunicación exitosa entre los clientes de acuerdo con la creación de relaciones comerciales a largo plazo.

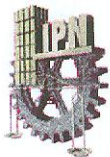
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
5.1	Persuasión	1.0	1.0	1.0	1B, 2C, 4C
5.2	Marca y posicionamiento	1.0	1.0	1.0	
5.2.1	Marca propia				
5.3	Mercadotecnia de relaciones	1.0	1.0		
5.4	Comunicación integral de mercadotecnia				
5.5	Brief	1.0	1.0	2.0	
5.6	Promoción de ventas				
5.6.1	Tipos de promociones				
5.6.2	Promociones fabricante-detallista				
5.6.3	Efectos de las promociones				
5.7	Herramientas de comunicación en el comercio detallista	2.0	2.0	3.0	
5.7.1	Publicidad				
5.7.2	Relaciones públicas				
5.7.3	Mercadotecnia directa				
5.7.4	Visual Merchandising				
5.7.5	Métodos de presupuesto				
Subtotales por Unidad Temática:		6.0	6.0	7.0	

**ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE**

- Realización de una sesión plenaria sobre los temas de la unidad.
- Realización en equipo de un mapa conceptual acerca de la comunicación integral dentro de las tiendas retail.
- Realización por equipo de la práctica No. 5: "Administración de la comunicación en las tiendas retail". Que consiste en diseñar los espacios físicos de una tienda retail, así como las estrategias de comunicación idóneas para la comercialización de bienes y/o servicios.

**EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

- Reporte de plenaria, considerando lo siguiente 10%:
  1. Conclusiones en un máximo de 2 cuartillas.
  2. Debe de estar redactado bajo los criterios del estudiante.
  3. Deben de participar todos los integrantes.
  4. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Mapa conceptual, considerando lo siguiente 10%:
  1. La correcta relación de los conceptos de la comunicación integral dentro de las tiendas retail.
  2. Debe de ser elaborado con el criterio del equipo de trabajo.
  3. Debe utilizar las TIC.
- Reporte escrito de la práctica No. 5, con las siguientes características: 60%
  1. Diseñar los espacios físicos en una tienda retail, apoyados de un layout.
  2. Diseñar estrategias de comunicación integral acordes a una tienda retail.
  3. Un mínimo de 5 y un máximo de 10 cuartillas.
  4. Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
  5. Contener una conclusión.
- Exposición del caso práctico No. 5, utilizando las TIC, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA

### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Administración Detallista (Retail).

HOJA: 8

DE 10

### RELACIÓN DE PRÁCTICAS

1	<p>"Crecimiento y proyección del Retail en México" Objetivo: Analizar las características esenciales de las tiendas Retail en México y a nivel internacional para su correcta diferenciación con otros modelos de negocios.</p>	I	7.0	Aula y empresa elegida.
2	<p>"La mejor manera de negociar sobre la distribución de la mercancía". Objetivo: Diseñar métodos de negociación para colocar productos en las tiendas detallistas.</p>	II	7.0	Aula y empresa elegida.
3	<p>"La Administración de las tiendas detallistas". Objetivo: Diseñar de un modelo de administración para una tienda detallista.</p>	III	8.0	Aula y empresa elegida.
4	<p>"El desarrollo de estrategia de servicio al cliente en el mercado Retail". Objetivo: Diseñar estructuras de valor agregado a través de estrategias de servicio al cliente de tiendas detallistas.</p>	IV	7.0	Aula y empresa elegida.
5	<p>"Administración de la comunicación en las tiendas retail". Objetivo: Diseñar los espacios físicos de una tienda retail, así como las estrategias de comunicación idóneas para la comercialización de bienes y/o servicios.</p>	V	7.0	Aula y empresa elegida.
TOTAL DE HORAS			36.0	

#### EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

Los criterios de evaluación de cada práctica están contenidos en las unidades temáticas correspondientes y los porcentajes de acreditación son los siguientes:

- Práctica 1: 40%
- Práctica 2: 40%
- Práctica 3: 40%
- Práctica 4: 40%
- Práctica 5: 80%



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA



### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Administración Detallista (Retail).

HOJA: 9

DE 10

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Unidad temática I: El Retail en México y el mundo actual	10%
Unidad temática II: Formas de negociar y logística de distribución	20%
Unidad temática III: Administración general de la tienda	20%
Unidad temática IV: Rol del capital humano en la satisfacción al cliente	20%
Unidad temática V: Comunicación Integral Retail	30%

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por:

- Competencia demostrada durante las dos primeras semanas a partir del inicio del curso; se evaluará mediante el desarrollo de un caso práctico, con un mínimo del 80% del dominio de las competencias principales para diseñar los elementos esenciales de una tienda retail, con base a la adecuada administración de un comercio detallista.
- Cursarse en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan convenio con el IPN.
- Movilidad entre las ESCA de acuerdo a la capacidad de atención de cada unidad académica.
- Movilidad entre modalidades escolares de acuerdo a la capacidad de atención.

CLAVE	B	C	BIBLIOGRAFÍA
1	X		Barton, A. Weitz. <u>Ventas, construyendo sociedades</u> . Editorial Mc Graw Hill. México 2005, 5ta. Edición, 622 págs. ISBN: 0-07-254928-9.
2	X		D'Andrea Guillermo, Lawrence J. Ring y Douglas J. Tig <u>Retail Management</u> Editorial Temas grupo editorial, México 2004. I.S.B.N : 950-9445-01-0
3	X		Kotler Philip . <u>Dirección de Marketing</u> , Editorial Prentice Hall, 12ª edición, México 2005. ISBN 13: 9788420544632
4		X	Pérez, Fabián. <u>Dirección Estratégica de Venta Profesional</u> . Editorial Pearson. Argentina 1ra. Edición 2009. 296 págs. ISBN: 978-987-615-059-0
5		X	Rico Rubén Roberto, Doria Evaristo, <u>Retail Marketing</u> , Editorial Pearson Education, Buenos Aires 2005.2º edición. ISBN : 987-1147-449
6		X	Stanton J. Williamí, Etzel J. Michael, <u>Fundamentos de Mercadotecnia</u> , Editorial Mc Graw Hill, México 2004 13ª, edición. ISBN 970-10-3825-8
			Páginas WEB:
11		X	<a href="http://retailindustry.about.com/">http://retailindustry.about.com/</a>
12		X	<a href="http://www.winred.com/.../retail-marketing...marketing.../gmx-niv114-con2174.htm">www.winred.com/.../retail-marketing...marketing.../gmx-niv114-con2174.htm</a>
13		X	<a href="http://www.retail.awanzo.com/">http://www.retail.awanzo.com/</a>
14		X	<a href="http://retailers.es/">http://retailers.es/</a>