UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Mercadotecnia

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

RETAILING AND MERCHANDISING

NIVEL

SÉPTIMO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
RETAILING AND MERCHANDISING
Carrera
Mercadotecnia</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FCA-MT-MP-UP-07-03</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-06-03</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
3
Nivel
SÉPTIMO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>PROMOCION Y MANEJO DE EVENTOS</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-07-04</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
3</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
48</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
96</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito La asignatura de Retailing & Merchandising tiene como propósito desarrollar en el estudiante competencias para la gestión eficiente del punto de venta, integrando conocimientos técnicos con habilidades blandas esenciales como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la resolución de problemas y el pensamiento estratégico. A través de metodologías activas y el análisis de casos reales, se fomenta una visión integral del retail, permitiendo a los estudiantes aplicar técnicas innovadoras en la gestión de inventarios, exhibición de productos, atención al cliente y supervisión de equipos de trabajo.

Descripción de la asignatura La asignatura de Retailing & Merchandising tiene como objetivo integrar de forma dinámica los recursos empresariales con criterios de optimización para una adecuada toma de decisiones. Se encuentra estructurada en 5 unidades que abordan contenidos esenciales: Unidad 1. Introducción al merchandising y precios al por menor, Unidad 2. Gestión de inventario de productos y condiciones de exhibición en tienda, Unidad 3. Cumplimiento de planificación, metas e indicadores comerciales, Unidad 4. Gestión de personas en tienda de empresas de retail, Unidad 5. Supervisión de atención al cliente. La metodología combina el aprendizaje basado en proyectos, métodos de caso, y método expositivo, favoreciendo la comprensión y aplicación de los contenidos. Como resultado de aprendizaje, el estudiante reconoce las actividades de exhibición, presentación, orden, limpieza de los productos y equipos de la tienda de acuerdo a las políticas comerciales establecidas.

Objetivo general de la asignatura Desarrollar las competencias necesarias para aplicar estrategias de Retailing & Merchandising, fortaleciendo habilidades interpersonales y analíticas que permitan optimizar la exhibición de productos, la gestión de inventarios y la supervisión de atención al cliente en entornos comerciales, promoviendo una adecuada relación teórico-práctica y un aprendizaje experiencial y significativo.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Comprender la introducción al merchandising, precios al por menor, y su impacto en la experiencia del cliente, incorporando tecnologías y estrategias innovadoras mediante el análisis de casos y situaciones reales.

2.-Aplicar técnicas efectivas para la gestión de inventario de productos y condiciones de exhibición en tienda, mediante actividades prácticas y simulaciones.

3.-Desarrollar habilidades de análisis y resolución de problemas para el cumplimiento de planificación, metas e indicadores comerciales en el retail mediante el uso de herramientas prácticas y software de gestión.

4.-Implementar estrategias de liderazgo y gestión de personas en tienda de empresas de retail promoviendo un ambiente de trabajo eficiente, motivador y orientado al servicio.

5.-Fortalecer la capacidad de supervisión y mejora de atención al cliente, asegurando estándares de calidad y satisfacción a través de prácticas inmersivas y role-playing.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Comprender la introducción al merchandising, precios al por menor, y su impacto en la experiencia del cliente, incorporando tecnologías y estrategias innovadoras mediante el análisis de casos y situaciones reales.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Conceptos fundamentales de Merchandising y Retailing.	2	0	4	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios
1.2.- Importancia del punto de venta en la decisión de compra.	4	0	8	Inteligencia Artificial Control de lectura Trabajos
1.3.- Tecnologías aplicadas al merchandising	4	8	0	Inteligencia Artificial Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	10	8	12	**TOTAL HORAS:** 30

Resultados de aprendizaje: Comprende la importancia del Merchandising en el retail y aplica pensamiento crítico para identificar oportunidades de mejora en estrategias comerciales, fomentando la comunicación efectiva y el aprendizaje colaborativo.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso

Estrategias educativas : Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Aplicar técnicas efectivas para la gestión de inventario de productos y condiciones de exhibición en tienda, mediante actividades prácticas y simulaciones.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Organización del inventario y exhibición en tienda.	2	0	4	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos escritos
2.2.- Técnicas de rotación de productos y su impacto en ventas.	4	0	8	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos escritos
2.3.- Optimización del espacio y experiencia del consumidor.	6	8	4	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Control de lectura Cuestionarios
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Aplica técnicas efectivas de gestión de inventarios en función de la rotación de productos y las necesidades del consumidor, fomentando el trabajo en equipo, la toma de decisiones basada en datos y la resolución de problemas en contextos reales.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso
Estrategias educativas : Demostraciones, Orientación para estudio de casos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Desarrollar habilidades de análisis y resolución de problemas para el cumplimiento de planificación, metas e indicadores comerciales en el retail mediante el uso de herramientas prácticas y software de gestión.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Planificación estratégica y metas comerciales.	2	0	4	Inteligencia Artificial Trabajos y ejercicios en clases Trabajos escritos
3.2.- Evaluación y control mediante KPIs.	1	0	2	Inteligencia Artificial Trabajos escritos
3.3.- Estrategias para el cumplimiento de objetivos.	3	6	0	Inteligencia Artificial Cuestionarios Trabajos
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Analiza indicadores clave de rendimiento para la evaluación de la gestión comercial, integrando liderazgo colaborativo, pensamiento estratégico y habilidades de negociación en el proceso de toma de decisiones.

Metodología de enseñanza : Métodos de caso, Método expositivo

Estrategias educativas : Orientación para estudio de casos, Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Resolución de problemas, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Implementar estrategias de liderazgo y gestión de personas en tienda de empresas de retail promoviendo un ambiente de trabajo eficiente, motivador y orientado al servicio.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Dirección y motivación del equipo de ventas.	5	0	10	Inteligencia Artificial Trabajos escritos
4.2.- Estrategias de comunicación y resolución de conflictos.	3	5	1	Inteligencia Artificial Cuestionarios Trabajos
SUBTOTAL HORAS	8	5	11	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Desarrolla habilidades de liderazgo situacional y comunicación efectiva en la coordinación de equipos de trabajo, fortaleciendo la empatía, el trabajo en equipo y la capacidad de resolución de conflictos en la gestión operativa del retail.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas

Estrategias educativas : Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, La resolución de conflictos

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Fortalecer la capacidad de supervisión y mejora de atención al cliente, asegurando estándares de calidad y satisfacción a través de prácticas inmersivas y role-playing.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
5.1.- Fundamentos de servicio al cliente.	6	0	12	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad
5.2.- Medición de la satisfacción del cliente y SERVQUAL.	6	5	7	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos escritos Cuestionarios
SUBTOTAL HORAS	12	5	19	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Aplica técnicas de servicio al cliente basadas en la empatía, la escucha activa y la resolución de conflictos, utilizando herramientas de medición como SERVQUAL, fomentando una cultura de servicio orientada al cliente y la mejora continua.
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Proyectos, Métodos de caso: Role-playing
Estrategias educativas : Resolución de problemas, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, La empatía, Pensamiento crítico

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

El aprendizaje se lo lleva a cabo en los distintos escenarios de aprendizaje real, virtual y Ã¡ulico. El escenario de aprendizaje real ; permite la propuesta de estrategias de educativas que en la actualidad deben lograr experiencias reales y el desarrollo de competencias profesionales, que contextualicen el conocimiento, su apropiaciÃ³n y aplicaciÃ³n en el ejercicio profesional y en la vida empresarial, por medio de aprendizajes significativos. El escenario de aprendizaje virtual ; utilizando las TecnologÃas de la InformaciÃ³n y la ComunicaciÃ³n, concretados en la ejecuciÃ³n y funcionamiento del aula virtual de la Universidad TÃ©cnica de Ambato, con la finalidad de proporcionar a los estudiantes la utilizaciÃ³n de este recurso que facilite su proceso de aprendizaje, con los foros, debates y descarga y enviÃ³ de tareas con un lÃmite de tiempo y el desarrollo de evaluaciones. El escenario Ã¡ulico ; el aprendizaje se forja en distintos ambientes, entre ellos las aulas de clase en donde se prioriza los contenidos cognoscitivos, que permiten ejercitar las vivencias, caracterÃsticas y experiencias de los actores educativos que son sustantivas para su identidad.

Aprobado

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Comprender la introducción al merchandising, precios al por menor, y su impacto en la experiencia del cliente, incorporando tecnologías y estrategias innovadoras mediante el análisis de casos y situaciones reales.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito
2.- Aplicar técnicas efectivas para la gestión de inventario de productos y condiciones de exhibición en tienda, mediante actividades prácticas y simulaciones.	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito.
3.- Desarrollar habilidades de análisis y resolución de problemas para el cumplimiento de planificación, metas e indicadores comerciales en el retail mediante el uso de herramientas prácticas y software de gestión.	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito.
4.- Implementar estrategias de liderazgo y gestión de personas en tienda de empresas de retail promoviendo un ambiente de trabajo eficiente, motivador y orientado al servicio.	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito.
5.- Fortalecer la capacidad de supervisión y mejora de atención al cliente, asegurando estándares de calidad y satisfacción a través de prácticas inmersivas y role-playing.	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito.

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Sieira, M. y Ponzoa. J.	2018	Marketing Retail	1	ESIC	España Madrid	1	421	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Retail marketing comprende tres áreas: Diseño Interior, Marketing y Diseño Gráfico. Bibliografía Contemporánea							
URL:	https://0x104qdx7-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/library/publication/marketing-retail-1620231884							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Valero De Bernabé, P. B.	2021	El retail tras la era global: una visión más allá del consumo.	1	ed. Grupo Cero	España Madrid	1	209 p.	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Preguntando por el mundo qué le sucede al retail, concluimos que la sociedad está transformando la forma de tomar las decisiones de las personas. Bibliografía contemporánea.							
URL:	https://0x102qdyg-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/204168							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Martínez Cruz; Humberto	2018	El arte de seducir: merchandising	1a edición	Ecoe	Bogotá	2	120 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06880							
Comentario:	El sector retail ha tenido un acelerado desarrollo respecto a formatos de negocio e interacción entre los comercios. Una guía para implementar y desarrollar el merchandising. Bibliografía Contemporánea.							
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Díaz Morales; Antonio	2008	Los retos del marketing en el punto de venta	1a edición	Deusto	Barcelona	1	265 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA04976							
Comentario:	Este libro presenta la forma de diferenciar el producto, el cual debe apoyar sus mensajes no sólo en los soportes publicitarios, sino también en el punto de venta. Bibliográfia Clásica.							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Pérez Fernández; David	2017	Técnicas básicas de merchandising	1a edición	Paraninfo	Madrid	3	146 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06965							
Comentario:	1) Montaje de elementos de animación en el punto de venta; 2) Disposición de los productos en línea, 3)Colocación de etiquetas y dispositivos seguridad y 4)Presentación comercial. Bibliografía contemporánea.							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Kotler, Philip. y Stigliano, Guiseppe	2020	Retail 4.0: 10 reglas para la era digital	1	LID Editorial Espana	Espana Madrid	1	263	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografía Contemporánea. La tecnología está cambiando las reglas del negocio minorista. Los hábitos y las costumbres de los consumidores han ido evolucionando de manera cada vez más acelerada. Ahora, la mayoría de los clientes compra desde sus smartpho							
URL:	https://0x102qdyg-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/269739							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Llorca, Jacinto	2018	Código Retail	1	Libros de Cabecera	Espana Barcelona	1	241	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	El libro recopila buenas prácticas de retailing que se explican de forma ágil a lo largo del libro y se ilustran con casos reales. Bibliografía contemporanea.							
URL:	https://0x10dqdss-y-https-research-ebsco-com.itmsp.museknowledge.com/c/zflu57/search/details/zmvoqhoveb?db=nlebk&limiters=None&q=retail&searchMode=boolean							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Lara, Luis Mas, Jorge	2018	Por qué unas tiendas venden y otras no en la era digital: Claves del éxito del New Retail	2da. Ed.	Libros de Cabecera	Espana Barcelona	1	301	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	El libro ayuda a entender el funcionamiento del retail actual, indicadores de gestión, glosario de términos y más en el mundo del retail. Bibliografía contemporanea.							
URL:	https://0x10dqdss-y-https-research-ebsco-com.itmsp.museknowledge.com/c/zflu57/search/details/t6vkqahxb5?db=nlebk&limiters=None&q=retail&searchMode=boolean							