

## MEMORIA FINAL DE EJECUCIÓN

PROYECTO DE INNOVACIÓN DOCENTE: ID2016/089

**“Nuevas herramientas para la evaluación de un aprendizaje sostenido en la asignatura de Gestión del Punto de Venta”**



**VNiVERSiDAD  
DE SALAMANCA**

---

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Salamanca, 21 de Junio de 2017

## 1. DATOS DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN DOCENTE

**TÍTULO:** Nuevas herramientas para la evaluación de un aprendizaje sostenido en la asignatura de Gestión del Punto de Venta

**CÓDIGO:** ID2016/089

### MIEMBROS DEL EQUIPO:

Álvaro Garrido Morgado (Coordinador del proyecto)

María Hidalgo Baz

Marta Nieto García

Óscar González Benito

**CENTRO:** Facultad de Economía y Empresa

**DURACIÓN:** Curso académico 2016/2017

### DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA:

DENOMINACIÓN	CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE	TITULACIÓN	ALUMNOS
GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA	6	OPTATIVA	CUARTO	PRIMERO	GRADO EN GESTIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	45

El alumno debe asistir a la semana a una hora de teoría, y a hora y media de prácticas. Además, cada alumno recibe una sesión de una hora de seminario/tutoría al semestre.

## 2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos de este proyecto son incluir actividades en la evaluación de los alumnos que, por un lado, faciliten el aprendizaje sostenido y práctico de la asignatura y, que por otro, otorguen una mayor información a los profesores para evaluar la adquisición de competencias y conocimientos del alumno.

Desde la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), esta asignatura se ha impartido en 3 cursos (por tratarse de una asignatura optativa de 4º curso del grado). A lo largo de estos años anteriores, la evaluación del alumno se ha realizado principalmente a través de pruebas escritas, ya fueran el examen final o los controles parciales. Este sistema quizá no fuera el más propicio para evaluar algunas de las capacidades, habilidades o conocimientos que se persiguen que el alumno adquiriera durante la asignatura.

Por este motivo, a través de este proyecto se van a tratar de implantar nuevas actividades (apoyados en las herramientas de las que disponemos) para garantizar una evaluación más completa del alumno, lo cual entendemos que mejorará su involucración, aprendizaje sostenido y satisfacción con la asignatura, a la vez que sus resultados. Todo esto se conseguirá a través de varios objetivos parciales:

- Aumentar el interés y participación del alumno.
- Fomentar una actitud más proactiva a través del intercambio de información bidireccional entre alumnos y profesores.
- Fomentar el razonamiento y la aplicación práctica de los contenidos de los alumnos en lugar de la memorización de conceptos teóricos.
- Incentivar a la búsqueda de contenidos relacionados con la asignatura tanto online como de forma presencial.

- Desarrollar su espíritu crítico a la hora de analizar las diferentes técnicas utilizadas por las empresas en sus establecimientos.
- Reforzar la capacidad de expresión escrita de los alumnos.

### 3. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para lograr estos objetivos se van a plantear diferentes actividades según el tema que se esté impartiendo durante la semana. Estas actividades, en las que el alumno trabajará por regla general una semana, se detallan a continuación:

ACTIVIDAD 1: Organización de diversos foros en Studium en los que los alumnos puedan subir fotos capturadas por ellos mismos en los establecimientos que visitan de las herramientas y técnicas vistas en clases durante la semana.

Descripción: Para los temas relacionados con la arquitectura del establecimiento, la ambientación interior del punto de venta o la disposición de los productos en el lineal, se habilitarán una serie de foros en los que los alumnos puedan subir imágenes capturadas por ellos que les haga visualizar de forma práctica cómo las empresas llevan a la práctica las técnicas que son analizadas en clases.

Objetivos: Así, se pretende incentivar a los alumnos para que tomen una actitud proactiva en la asignatura y, una vez estén fuera del aula, sigan repasando los contenidos analizados durante las horas presenciales. Para conseguir esto trataremos de aprovechar la predisposición que tienen los alumnos al manejo de las nuevas tecnologías en su dispositivo móvil. Actualmente muchos de ellos toman fotos y las suben a la red a través de aplicaciones tipo Instagram, Facebook, Twitter, etc. o recorren las calles de las ciudades en busca de conseguir premios jugando a nuevas aplicaciones como Pokemon GO, etc. Con esto se busca que ellos mismos, al salir del aula, recorran sus establecimientos habituales busquen ejemplos de cómo las empresas utilizan las técnicas

estudiadas en clase y que hagan una crítica constructiva de cómo las están utilizando. De esta forma, se logrará un aprendizaje más sostenido y real, pues no solo se limitan a estudiar conceptos, sino que deben buscar ejemplos prácticos de ellos.

Evaluación: La participación activa de los alumnos será valorada y puntuada en el apartado de evaluación continua. Con esto se persigue que la puntuación en evaluación continua dependa, entre otros aspectos, de su involucración e interés día a día en los foros subiendo imágenes y comentando las de los compañeros, en lugar de realizando un control parcial en el que se premia el conocimiento más teórico en un momento puntual del cuatrimestre.

ACTIVIDAD 2: Entrega mediante Studium de diversas tareas basadas en la aplicación de la teoría de la asignatura a noticias de actualidad relacionadas con establecimientos comerciales.

Descripción: La actividad consiste en realizar un comentario de una noticia sobre un establecimiento comercial propuesta por los profesores. Los alumnos deberán relacionar la teoría del tema correspondiente con la información que ofrece la noticia, así como enriquecer este comentario con información adicional sobre el establecimiento comercial relacionada con otros contenidos vistos en el tema.

Objetivo: El principal objetivo de esta actividad es acercar los contenidos de la asignatura a la realidad empresarial. Con ello se persigue que los alumnos vean la aplicabilidad de la materia, incentivando así su aprendizaje. Se valorará especialmente que los alumnos realicen una reflexión personal y evalúen las decisiones empresariales utilizando las herramientas que les aporta la asignatura.

Evaluación: La realización de la tarea por parte de los alumnos se tendrá en cuenta para formar la nota de evaluación continua de la asignatura. Para evaluar la actividad se tendrán en cuenta por un lado, la calidad del resumen, la organización de las ideas y la aportación de una reflexión personal. Con ello se pretende que el alumno adquiera un espíritu crítico a la hora de analizar la realidad de las decisiones empresariales.

En el ANEXO se incluyen algunos ejemplos de la implementación de las actividades.

#### **4. RESULTADOS**

De forma general, en un entorno en el que el alumno cada vez está más familiarizado con el mundo online, con este proyecto se perseguía conseguir aprovechar este uso generalizado para reforzar la teoría y la práctica explicada en las clases presenciales.

Los resultados han sido satisfactorios, ya que la inmensa mayoría de los alumnos han participado en las actividades propuestas (80%) y éstas han servido afianzar los conceptos, lo que se ha visto reflejado en el índice de aprobados. Además, gracias a la Actividad 1, se ha creado una base de datos de ejemplos reales, han interactuado con compañeros y profesores en las discusiones planteadas sobre las temáticas analizadas. Esto evidentemente, ha ayudado a lograr los objetivos de la asignatura. Y gracias a la Actividad 2, se han logrado resolver y entregar prácticas que les han sido muy útiles para aprender y aprobar en la asignatura, puesto que han aportado a los profesores más información sobre su desempeño durante todo el cuatrimestre y han permitido valorar de una forma más exhaustiva el trabajo diario o semanal del alumno en la asignatura.

Los alumnos se han implicado y han sabido detectar cómo los minoristas implantan de forma adecuada las estrategias explicadas en la teoría de la

asignatura. Esto tiene un gran valor práctico para el entendimiento de los conceptos de esta asignatura, que es la base de su formación en el área de comercialización e investigación de mercados.

Finalmente, se realizó una encuesta a través del software Qualtrics para recopilar información sobre la metodología empleada en la asignatura y la utilidad de las actividades propuestas. En este sentido, los alumnos manifestaron sus opiniones positivas y confirmaron que se habían logrado los objetivos planteados en el proyecto, ya mencionados anteriormente.

## ANEXO

### Pantallazos de Actividad 1.

En estos pantallazos puede observarse que los alumnos tienen acceso a un foro por cada tema, en el que deben subir fotos y comentarlas reflejando lo visto en las clases presenciales.

Acciones de usuario

- ▶ Cambiar rol a...
- ▶ Ajustes de mi perfil
- ▶ Administración del sitio

---

Matrícula UXXI

- 103953 GESTION DEL PUNTO DE VENTA Grupo: 3 (27)
- 103953 GESTION DEL PUNTO DE VENTA Grupo: 1 (17)

Gestionar asignaciones

---

Buscar en los foros

Ir

### Tema 3. Arquitectura del punto de venta

Descripción de los principales elementos de la arquitectura exterior e interior del punto de venta

PRESENTACIÓN TEMA 3

PRÁCTICA TEMA 3

Ejemplos de arquitectura exterior en mi ciudad

Sube fotos sobre fachadas, rótulos, escaparates o puertas de entrada que te llamen la atención y coméntalas. También podéis comentar las que hayan subido vuestros compañeros.

La actividad permanecerá abierta hasta el domingo 13 de Noviembre

Disponible hasta **14 de noviembre de 2016, 00:05**

Ejemplos de arquitectura interior en Salamanca

Sube fotos realizadas por ti del interior de establecimientos que podemos encontrar en Salamanca. Comenta qué disposición de la superficie de ventas prevalece o explica cómo podrías calentar un punto frío que detectes, etc.

La actividad permanecerá abierta hasta el domingo 20 de Noviembre

Disponible hasta **21 de noviembre de 2016, 00:05**

### Últimas noticias

Añadir un nuevo tema...

**NOTAS DE LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA**  
3 de feb, 14:27 ÁLVARO GARRIDO MORGADO

**REVISIÓN**  
23 de ene, 20:07 ÁLVARO GARRIDO MORGADO

**NOTAS GPV**  
23 de ene, 14:23 ÁLVARO GARRIDO MORGADO

**EXAMEN 2**  
22 de dic, 15:15 ÁLVARO GARRIDO MORGADO

**EXAMEN**  
22 de dic, 10:59 ÁLVARO GARRIDO MORGADO

Temas antiguos ...

### Tema 4. Gestión y rentabilidad del lineal

Conceptos relacionados con el lineal. Criterios y tipos de implantación del lineal. Métodos para el reparto del espacio y análisis de la rentabilidad del lineal

PRESENTACIÓN TEMA 4

PRÁCTICA TEMA 4

Ejemplos de criterios de implantación en lineal

Elige alguna categoría o familia de producto y sube fotos realizadas por ti en el que se pueda observar el criterio de implantación que ha seguido el minorista para la familia seleccionada. Comenta qué criterio de implantación percibís y opinad sobre si es el más adecuado o si se podría usar otro para esa categoría de producto.

La actividad permanecerá abierta hasta el domingo 27 de Noviembre

Disponible hasta **28 de noviembre de 2016, 00:05**

Formas adicionales de implantación

Sube fotos realizadas por ti en el que se pueda observar algunas de las formas adicionales de implantación (malla, cruzada o vrac).

Comenta qué forma de implantación sería, opinad sobre si es el más adecuado y qué pretende a través de su utilización el distribuidor y si creéis que es acertado para ese producto.

La actividad permanecerá abierta hasta el domingo 27 de Noviembre

Disponible hasta **28 de noviembre de 2016, 00:05**

### Eventos próximos

No hay eventos próximos

Ir al calendario...

Nuevo evento...

---

### Actividad reciente

Actividad desde martes, 7 de febrero de 2017, 19:55

Informe completo de la actividad reciente...

Sin novedades desde el último acceso

### Tema 5. Merchandising y publicidad en el punto de venta

Descripción e importancia de conceptos relacionados con la atmósfera del punto de venta

PRESENTACIÓN TEMA 5

PRÁCTICA TEMA 5

Imágenes de diferentes medios de animación del punto de venta

Sube fotos realizadas por ti en el que se pueda observar algún medio de animación del punto de venta. Comenta qué tipo de medio es y en qué bloque se puede clasificar (físico, psicológico, de estímulo o personal).

La actividad permanecerá abierta hasta el 4 de Diciembre

Disponible hasta **5 de diciembre de 2016, 00:05**

### Ejemplo de caso Actividad 1.

Puede observarse que en esta ocasión el profesor ha subido una foto de un hipermercado para abrir el debate sobre qué técnicas explicadas en el aula aplica el mismo. A continuación se observa que se establece un debate en el que varios alumnos intercambian impresiones argumentando sus respuestas.

**Navegación**

Área personal

- Inicio del sitio
- Páginas del sitio
- Mi perfil
- Curso actual
  - GPV-PYMES
    - Participantes
    - Asignar grupos UXXI
  - ACERCA DE LA ASIGNATURA
  - TEMA 1. Localización del Punto de Venta
  - Tema 2. Gestión del Surtido
  - Tema 3. Arquitectura del punto de venta
  - Tema 4. Gestión y rentabilidad del lineal
    - PRESENTACIÓN TEMA 4
    - PRÁCTICA TEMA 4
    - Ejemplos de criterios de implantación en lineal
      - Ejemplo de implantación en Leclerc - Salamanca**
      - Formas adicionales de implantación
  - Tema 5. Merchandising y publicidad en el punto de venta
  - Tema 6. Gestión de Stocks
  - Tema 7. Gestión por Categorías
  - TRABAJO FINAL
- Mis cursos
  - Generar fichas PDF

#### Ejemplos de criterios de implantación en lineal

Mostrar respuestas anidadas

Mover este tema a... Mover

**Ejemplo de implantación en Leclerc - Salamanca**  
de ÁLVARO GARRIDO MORGADO - miércoles, 16 de noviembre de 2016, 20:03

En el hipermercado E Leclerc de Salamanca se puede ver este lineal en el que se exponen bricks de tomate frito. En el nivel superior colocan su marca de distribuidor o recomendada (marca guía) a nivel de ojos. Orlando, a nivel de manos Solis y debajo otra marca de un fabricante menor ¿Qué criterio de implantación creéis que sigue este establecimiento en esta familia? ¿Criterio de margen o de comparación?

Además, podéis ver que en balda más baja están los botes (bricks o latas) más pesadas (criterio de seguridad o comodidad). Esto indica que se pueden combinar varios tipos de criterios.

107 palabras



[Editar](#) | [Borrar](#) | [Responder](#)

**Re: Ejemplo de implantación en Leclerc - Salamanca**  
de BEATRIZ DE PAZ RUBIO - lunes, 21 de noviembre de 2016, 22:31

Creo que en esta imagen están utilizando el criterio de comparación ya que ponen en el estante que es más visible a la marca líder para así llamar la atención de los clientes y, una vez que se hayan situado cerca del estante, ya pueden ver y escoger los productos de marcas de distribuidor o las menos conocidas que suelen dejar más margen. De esta forma se utiliza a la marca conocida como "reclamo".

Descarto el criterio del margen ya que las que están en los estantes centrales (y por tanto, más visibles y accesibles) son las de las marcas más conocidas que, por lo general, suelen dejar menos margen. No siempre es así pero es lo más común ya que estas marcas tan bien posicionadas tienen un mayor poder de negociación y, por lo tanto, pueden fijar precios de venta más altos a sus clientes (en este caso, el establecimiento).

151 palabras

[Mostrar mensaje anterior](#) | [Editar](#) | [Dividir](#) | [Borrar](#) | [Responder](#)

**Re: Ejemplo de implantación en Leclerc - Salamanca**  
de ÁLVARO GARRIDO MORGADO - viernes, 25 de noviembre de 2016, 18:27

Bien razonado, Beatriz

3 palabras

[Mostrar mensaje anterior](#) | [Editar](#) | [Dividir](#) | [Borrar](#) | [Responder](#)

**Re: Ejemplo de implantación en Leclerc - Salamanca**  
de LORENZO ROMAN RUBIO - domingo, 27 de noviembre de 2016, 16:07

Se puede observar en la imagen que el Hipermercado utiliza una implantación horizontal.

Por un lado los criterios cuantitativos para exponer los artículos están basados en el margen comercial o en la comparación del producto. Descarto la primera opción porque los productos de menor margen están colocados al nivel de los ojos y de la mano. Por lo tanto se distingue una implantación por comparación del producto debido a que los artículos a nivel de los ojos son de la marca una marca líder, y los productos alejados están formados por marcas del distribuidor y marcas de menor conocimiento, pero mayores márgenes.

102 palabras

[Mostrar mensaje anterior](#) | [Editar](#) | [Dividir](#) | [Borrar](#) | [Responder](#)

**Administración**

Administración del foro

- Editar ajustes
- Roles asignados localmente
- Permisos
  - Compruebe los permisos
  - Filtros
  - Registros
  - Copia de seguridad
  - Restaurar
- Modalidad de suscripción
  - Suscribirse a este foro
  - Mostrar/ocultar suscriptores actuales
- Administración del curso
- Cambiar rol a...
- Ajustes de mi perfil
- Administración del sitio

**Matrícula UXXI**

- 103953 GESTION DEL PUNTO DE VENTA Grupo: 3 (27)
- 103953 GESTION DEL PUNTO DE VENTA Grupo: 1 (17)

[Gestionar asignaciones](#)

## Pantallazos de Actividad 2.

Puede observarse en los pantallazos que los alumnos deben realizar 2 tareas en cada uno de los 2 primeros temas. Una se resuelve en clase y la otra se debe entregar a través de la plataforma de Studium.

The screenshot shows the Studium virtual campus interface. At the top, there is a navigation bar with social media icons and a user login status: "Usted se ha identificado como ALVARO GARRIDO MORGADO (Salir)". Below this is the Studium logo and the University of Salamanca logo. A red navigation bar contains the following menu items: NORMATIVA, FORMACIÓN, ANTIPLAGIO, VIRTUALE, CONTACTO, MI STUDIUM, and MIS CURSOS. The main content area is titled "Área personal > GPV-PYMES" and includes a green "Activar edición" button. On the left, there is a "Navegación" sidebar with a tree view of the course structure, including "GPV-PYMES", "Participantes", "Asignar grupos UXXI", "ACERCA DE LA ASIGNATURA", "TEMA 1. Localización del Punto de Venta", "Tema 2. Gestión del Surtido", "Tema 3. Arquitectura del punto de venta", "Tema 4. Gestión y rentabilidad del lineal", "Tema 5. Merchandising y publicidad en el punto de...", "Tema 6. Gestión de Stocks", "Tema 7. Gestión por Categorías", "TRABAJO FINAL", "Mis cursos", and "Generar fichas PDF". The main content area is divided into three sections: "ACERCA DE LA ASIGNATURA" with links for "Novedades", "PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA GPV", and "NOTAS DETALLADAS DE EVALUACIÓN CONTINUA"; "TEMA 1. Localización del Punto de Venta" with sub-sections for "Introducción a la Gestión del Punto de Venta y Merchandising. Decisiones de Localización.", "Teoría Tema 1. Localización del punto de venta", "Actividad 1. Tema 1", "Actividad 2. Tema 1", and "Entrega de la actividad 2"; and "Tema 2. Gestión del Surtido" with sub-sections for "Decisiones sobre la configuración del surtido a comercializar y definición de la política de surtido del establecimiento", "Tema 2. Gestión del Surtido" (repeated), "Teoría Tema 2. Gestión del surtido", "Actividad 3. Tema 2", "Informe de seguimiento del trabajo en grupos (Tutoría 1)", "De cara a la tutoría del próximo viernes 21, el coordinador de cada grupo deberá subir previamente un breve informe (1 cara) que contenga:", "Avances: puntos del trabajo ya realizados (sólo contenidos de los temas 1 y 2).", "Cuestiones pendientes: dudas que hayan surgido y quieran resolver en la tutoría.", "Plazo de entrega: Viernes 21 Octubre (11:30 h)", "Actividad 4. Tema 2", and "Entrega de la actividad 4". At the bottom left, there is an "Administración" sidebar with options like "Administración del curso", "Activar edición", "Editar ajustes", "Usuarios", "Filtros", "Informes", "Calificaciones", "Copia de seguridad", "Restaurar", "Importar", "Reiniciar", and "Banco de preguntas".

### Ejemplo de caso Actividad 2.

Puede observarse que en esta ocasión el profesor ha propuesto el comentario de varias noticias relacionadas con las aperturas y localización de puntos de ventas.



UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA  
CAMPUS DE EDUCACIÓN INTERNACIONAL

800 años  
1218 - 2018

### ACTIVIDAD 2. TEMA 1.

### LOCALIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

Curso 2016-2017

**4º Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas**

A continuación, se indican diferentes noticias relacionadas con la estrategia de localización del punto de venta:

<http://www.expansion.com/blogs/inm-tendencias/2016/09/27/las-nuevas-estrategias-de-retail.html>



<http://www.modaes.es/empresa/20160309/inditex-reactiva-su-expansion-geografica-con-la-entrada-en-cinco-nuevos-mercados-en-2016.html>



Tiendanimal  
Entendemos a las mascotas



<http://www.atlantico.net/articulo/economia/pepita-expande-galicia-y-llega-madrid/20150119114139456822.html>



[http://www.elespanol.com/economia/empresas/20160915/155735152\\_0.html](http://www.elespanol.com/economia/empresas/20160915/155735152_0.html)

### Ejemplo 2 de caso Actividad 2.

Puede observarse que en esta ocasión el profesor ha propuesto el comentario sobre el peso de la marca de distribuidor en las políticas de surtido de minoristas online.



### ACTIVIDAD 4. TEMA 2. GESTIÓN DEL SURTIDO

Curso 2016-2017

4º Grado en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

A continuación puede encontrar una noticia relacionada con la gestión del surtido. En particular, se analiza el peso de la marca blanca en el surtido de los supermercados online.

[http://cadenaser.com/ser/2015/12/01/economia/1448993897\\_595713.html](http://cadenaser.com/ser/2015/12/01/economia/1448993897_595713.html)



## Imagen de la encuesta de satisfacción a través de Qualtrics

Q10 ¿Qué satisfacción tienes con la metodología seguida en las clases prácticas (realizar algún ejercicio extra o proponer/resolver un ejercicio en grupo)?

1-Muy poca      5-Mucha

---

Q11 ¿En qué grado crees que realizar **individualmente** un ejercicio adicional y corregirlo en la pizarra...

	1-Muy poco	2-Algo	3-Regular	4-Bastante	5-Mucho
te ayuda a asentar los conocimientos?	<input type="radio"/>				
te hace más atractiva la asignatura?	<input type="radio"/>				
te hace estar mejor preparado para el examen?	<input type="radio"/>				

---

Q14 ¿En qué grado crees que redactar y resolver colaborando **en grupo** un ejercicio adicional, y evaluar el elaborado por otro grupo...

	1-Muy poco	2-Algo	3-Regular	4-Bastante	5-Mucho
te ayuda a asentar los conocimientos?	<input type="radio"/>				
te hacen más atractiva la asignatura?	<input type="radio"/>				
te hace estar mejor preparado para el examen?	<input type="radio"/>				