

VENTA AL POR MENOR Y MERCHANDISING

Conexión de carreras del condado de Pierce

Acuerdo de Articulación de Crédito Dual

Al término de cursos de secundaria equivalentes a las siguientes competencias:

ÿ **Discutir la comercialización y distribución de productos minoristas/mayoristas bienes**

c Identificar los factores económicos que impactan el comercio minorista • Los objetivos de una economía • Sistema de empresa privada • Los efectos de la interacción de la oferta y la demanda en los precios • Utilidad de tiempo, lugar y posesión

ÿÿ **Revisar los canales de distribución • Compra**

para reventa • Demandas del consumidor

• Tendencias del mercado

• **Centros de distribución mayorista**

ÿ **Explicar los propósitos y la filosofía de los puntos de venta al por menor en la distribución de mercancías**

ÿÿ **Discuta los tipos de tiendas minoristas y sus filosofías • Tienda general**

• Tienda de una sola línea • Tienda departamental • Tienda de

descuento

• Tienda de variedades

• Casa de pedidos por correo

• Supermercados •

Tiendas especializadas

c **Enumere las ventajas y desventajas de cada tipo de tienda • Tiendas**

independientes • Multidepartamentos • Cadenas voluntarias • Tienda

franquicia • Cadenas de tiendas • Sucursal

c **Explicar los problemas relacionados con la propiedad y administración de los**

centros comerciales • Filosofía y propósito(s) • Tendencias (selección del

sitio, ubicación, etc.) • Ventajas y desventajas de la ubicación de un

centro comercial • Términos de ocupación (propiedad versus

arrendamiento)

ÿ **Discutir el e-tailing en línea ÿ**

Explicar los aspectos legales y éticos de las decisiones minoristas

c **Políticas de la tienda**

• Establecimiento y aplicación • Políticas de

comercialización • Garantías implícitas y

expresas

• Garantías •

Pólizas de servicio •

Pólizas de crédito y pólizas de cobranza • Pólizas de

personal • Remuneración y beneficios

ÿÿ **Explicar las normas de protección al consumidor •**

Restricciones de publicidad • Restricciones de

precios • Tergiversación del producto • Restricciones

de hurto en tiendas

c **Mostrar conocimiento de la naturaleza compleja de la industria minorista • Describir los**

trabajos disponibles en el comercio minorista • Discutir las oportunidades de

ascenso • Estructura organizacional

ÿ **Discutir los estilos de gestión • Cuadrículas**

de gestión • Cómo crecen los

problemas de relaciones humanas • Manejo de las

relaciones humanas a través de métodos de "comercio de casas" • Efectos de los

beneficios complementarios y la participación en las ganancias sobre los

• Medir la

moral • Escuchar quejas •

Motivación y ganas de trabajar

ÿ **Identificar los principales conceptos relacionados con la gestión de personal •**

Definir las relaciones humanas y su importancia • Teoría X e Y ~ Estilos

de liderazgo de producción versus personas • Trampas de la gestión •

Características de un buen líder o gerente • Selección y capacitación

de empleados • Análisis de puestos, descripción y especificación •

Procedimientos de empleo • Identificar problemas de relaciones humanas

que contribuyen a la alta

rotación de personal •

Enriquecimiento del trabajo versus ampliación

• Amplitud de control **Explicar los elementos**

de la administración de ubicaciones minoristas

c **Describe el proceso para establecer una nueva tienda.**

• Selección del tipo de tienda y ubicación general • Selección

de la ubicación específica • Definición de las necesidades del

edificio • Selección del equipo • Disposición de la tienda •

Imagen de la tienda

Demostrar conocimiento de los procedimientos de precios minoristas.

- c Explicar el establecimiento de precios y políticas de precios •
Precio fijo versus variable • Cómo la competencia afecta la fijación de precios • Efectos de la rotación de mercancías y la capacidad de perecer en el precio • Psicología de la fijación de precios • Lineamiento de precios y punto de precio

- c Realizar e interpretar cálculos de ventas minoristas, incluidas las ventas proyecciones, aumentos, rebajas, costo de los bienes vendidos, impuestos minoristas, ganancias de ventas y pérdidas de ventas.

- ÿy Describa cómo la planificación y la gestión del inventario afectan la rentabilidad

- c Explicar cómo se utilizan las medidas de productividad para evaluar los objetivos de comercialización. Las medidas de productividad incluyen el volumen de negocios, las relaciones entre existencias y ventas, las ventas por pie cuadrado y la gestión del espacio.

- c Describir el comportamiento de compra de los consumidores. • Identificar las necesidades de los clientes • Reunir investigaciones secundarias • Analizar y consolidar información y datos • Administrar datos • Identificar características importantes • Identificar formas de obtener información sobre los clientes • Establecer archivos de clientes • Identificar patrones de comportamiento típicos de los clientes • Identificar motivos y objetivos de compra • Comprender racional y comportamiento emocional

- c Explicar técnicas de presentación en el manejo de clientes. • Estar familiarizado con las técnicas de presentación ~ Enfoque lógico ~ Enfoque de razonamiento ~ Historial de casos

- Comprender los objetivos de la presentación • Velocidad de entrega • Titular de una presentación • Manejo de la información • Falta de atención

- Compradores escépticos y hostiles

- c Discutir métodos para encontrar clientes potenciales • Prospección en frío • Personas influyentes • Referencias

- Teléfono • Promoción/publicidad • Correo

- Antiguos clientes
- Personal de servicio

Explicar los elementos de un sistema de información minorista.

- c Utilizar la información adecuada para preparar un plan de compra y abierto a comprar.

- c Comprender los siguientes términos: • MIS (sistemas de información de gestión) • SKU (unidad de mantenimiento de existencias) • POS (sistema de punto de venta) • RIS (sistemas de información minorista) • DPP (rentabilidad directa del producto) • BPI (índice de poder adquisitivo) • EDI (intercambio electrónico de datos) • GMROI (retorno de margen bruto de la inversión) • LIFO / FIFO (último en entrar, primero en salir/primer en entrar, primero en salir)

Un estudiante que obtenga una calificación de "C" o mejor puede obtener créditos universitarios en una de las siguientes universidades:

<u>Universidad</u>	<u>Curso</u>	<u>Créditos</u>
Colegio técnico de Clover Park	GBR 109	3