



Guía Docente				
Datos Identificativos				2012/13
Asignatura (*)	Distribución Comercial	Código	611G02030	
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánGalego			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinación	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Profesorado	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Web				
Descrición xeral	En esta asignatura se explica el marco teórico de la distribución, los diferentes tipos de canales, la dinámica de funcionamiento y los diferentes formatos comerciales, los aspectos éticos así como la importancia del merchandising.			

Competencias da titulación	
Código	Competencias da titulación
A1	Xestionar e administrar una empresa ou organización de pequeno tamaño, entendendo a súa ubicación competitiva e institucional e identificando as súas fortalezas e debilidades.
A2	Integrarse en calquera área funcional dunha empresa ou organización mediana ou grande e desempeñar con soltura calquera traballo de xestión nela encomendada.
A3	Valorar a partir dos rexistros relevantes de información a situación e previsible evolución dunha empresa.
A4	Emitir informes de asesoramento sobre situación concretas de empresas e mercados.
A5	Redactar proxectos de xestión ou de áreas funcionais da empresa.
A6	Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido.
A8	Derivar dos datos información relevante imposible de recoñecer por non profesionais.
A9	Usar habitualmente a tecnoloxía da información e as comunicación en todo a seu desempeño profesional.
A11	Aplicar á análise dos problemas criterios profesionais baseados no manexo de instrumentos técnicos.
A12	Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Resultados da aprendizaxe	
Competencias de materia (Resultados de aprendizaxe)	Competencias da titulación



<p>Integrarse en calquera área funcional dunha empresa ou organización mediana ou grande e desempeñar con soltura calquera traballo de xestión nela encomendada.</p> <p>Valorar a partir dos rexistros relevantes de información a situación e previsible evolución dunha empresa.</p>	A1	C1
	A2	C4
	A3	C5
	A4	C6
	A5	C7
	A6	C8
	A8	
	A9	
	A11	
	A12	

Contidos	
Temas	Subtemas
TEMA 1: MARCO TEÓRICO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	<ul style="list-style-type: none"> ? Fuentes de información y aspectos básicos ? La distribución comercial y su papel en la economía y la sociedad ? Funciones de la distribución comercial ? Los canales de distribución ? Tendencias de la distribución comercial
TEMA 2: DISEÑO Y ELECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ? Análisis de la empresa y de sus clientes en el canal de distribución ? Establecimiento de los objetivos del canal de distribución ? Restricciones del canal ? Identificación de las alternativas del canal ? Evaluación de las principales alternativas del canal ? Selección definitiva del canal ? Seguimiento del canal de distribución
TEMA 3: DINÁMICA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ? Integración ? Sistemas de distribución multicanal ? Las relaciones internas del canal de distribución.
TEMA 4: FORMATOS COMERCIALES	<ul style="list-style-type: none"> ? Fabricantes y mayoristas ? Minoristas
TEMA 6: MERCHANDISING	<ul style="list-style-type: none"> ? Introducción y concepto. ? Disposición del punto de venta. ? El surtido: concepto, gestión del lineal y codificación. ? Merchandising sensorial y animación del punto de venta. ? Promociones de ventas.
TEMA 7. ESTRATEGIA DE LOGÍSTICA MINORISTA	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la cadena de suministro e introducción a la función logística en la empresa. ? Diseño del sistema logístico: costes logísticos y niveles de servicio. ? Sistemas de almacenamiento, manipulación y transporte de mercancías: gestión de stocks y gestión del transporte. ? Calidad y subcontratación en la función logística. Gestión logística en el punto de venta minorista. Aplicaciones de las nuevas TICs.
TEMA 5: ASPECTOS ÉTICOS Y LEGALES DEL COMERCIO MINORISTA	<ul style="list-style-type: none"> ? Normas éticas y legales



Planificación

Metodoloxías / probas	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	25	50	75
Seminario	4	0	4
Proba de resposta múltiple	1	0	1
Sesión maxistral	17	51	68
Atención personalizada	2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Se explicarán casos prácticos en clase que complementan a docencia teórica
Seminario	Se fará una tutoría a grupo reducido (15 alumnos) para resolver dudas de la asignatura
Proba de resposta múltiple	Examen tipo test de respuesta múltiple donde una sola opción es correcta. las preguntas mal contestadas penalizan un tercio del valor de la pregunta
Sesión maxistral	Explicación en clase de los fundamentos de la asignatura con apoyo de transparencias

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Se facilitará atención personalizada para resolver dudas sobre la resolución de casos y sobre el seguimiento de la asignatura
Seminario	

Avaliación

Metodoloxías	Descrición	Cualificación
Estudo de casos	Los alumnos deben de desarrollar un trabajo sobre un caso. Se facilita la tutoría de ese trabajo	30
Proba de resposta múltiple	Examen tipo test de respuesta múltiple donde una sola opción es correcta. Las preguntas mal contestadas penalizan un tercio del valor de la pregunta	70

Observacións avaliación

--

Fontes de información

Bibliografía básica	
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Introdución ao Marketing/611G02015

Observacións

--



(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías