



## Guía Docente

Datos Identificativos					2012/13
Asignatura (*)	Distribución Comercial	Código	611G02030		
Titulación					
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

## Resultados da aprendizaxe

Competencias de materia (Resultados de aprendizaxe)	Competencias da titulación		
Integrarse en calquera área funcional dunha empresa ou organización mediana ou grande e desempeñar con soltura calquera traballo de xestión nela encomendada.	A1		C1
	A2		C4
	A3		C5
Valorar a partir dos rexistros relevantes de información a situación e previsible evolución dunha empresa.	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"> <li>? Fuentes de información y aspectos básicos</li> <li>? La distribución comercial y su papel en la economía y la sociedad</li> <li>? Funciones de la distribución comercial</li> <li>? Los canales de distribución</li> <li>? Tendencias de la distribución comercial</li> </ul>
TEMA 2: DISEÑO Y ELECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>? Análisis de la empresa y de sus clientes en el canal de distribución</li> <li>? Establecimiento de los objetivos del canal de distribución</li> <li>? Restricciones del canal</li> <li>? Identificación de las alternativas del canal</li> <li>? Evaluación de las principales alternativas del canal</li> <li>? Selección definitiva del canal</li> <li>? Seguimiento del canal de distribución</li> </ul>



TEMA 3: DINÁMICA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	? Integración ? Sistemas de distribución multicanal ? Las relaciones internas del canal de distribución.
TEMA 4: FORMATOS COMERCIALES	? Fabricantes y mayoristas ? Minoristas
TEMA 6: MERCHANDISING	? 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	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	? 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 la docencia teórica
Seminario	Se hará 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 masl 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 Seminario	Se facilitará atención personalizada para resolver dudas sobre la resolución de casos y sobre el seguimiento de la asignatura



## 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