



Guía Docente				
Datos Identificativos			2015/16	
Asignatura (*)	Distribución Comercial		Código	611G02030
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánInglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinación	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Profesorado	Naya Mosquera, José Luis	Correo electrónico	jose.luis.naya@udc.es	
	Orosa Gonzalez, Jose Javier		javier.rosa@udc.es	
	Ramos Pedreira, Antonio		antonio.ramos@udc.es	
	Rey García, Marta		marta.reyg@udc.es	
	Salido Andrés, Noelia		noelia.sandres@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O obxectivo xeral desta asignatura é introducir aos alumnos á realidade do sector da distribución comercial, facendo fincapé na xestión estratéxica desta área do marketing e nas oportunidades que supón para a mellora competitiva das organizacións e para a satisfacción dos seus clientes. Para tal fin, se introducirán o marco teórico e institucional, as grandes tendencias derivadas da internacionalización e aplicación de novas tecnoloxías da información e a comunicación no sector, e as expectativas das partes interesadas nunha xestión sustentable da cadea de suministro. Neste contexto se explicarán o funcionamento e dinámicas dos diferentes tipos de canais de distribución, intermediarios e formatos comerciais, a relevancia do merchandising e da loxística minorista, e os aspectos éticos e legais da distribución comercial.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A1	Xestionar e administrar unha 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.
B1	CB1-Comprender coñecementos na área de estudo que parte da base da educación secundaria general, que apoiándose en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo
B2	CB2-Saber aplicar os coñecementos ao seu traballo dunha forma profesional e posuír as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de traballo
B3	CB3-Saber reunir e interpretar datos relevantes da área de estudo para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
B4	CB4-Transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado
B5	CB5-Desenvolver habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía
B6	CG1-Saber desempeñar labores de xestión, asesoramento e avaliación nas organizacións empresariais



B7	CG2-Saber manexar os conceptos e técnicas empregados nas diferentes áreas funcionais da empresa, así como entender as relacións que existen entre elas e cos obxectivos xerais da organización
B8	CG3-Saber tomar decisións, e, en xeral, asumir tarefas directivas.
B9	CG4-Saber identificar e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, seleccionar e motivar as persoas, tomar decisións en condicións de - incerteza, alcanzar os obxectivos propostos e avaliar resultados
B10	CG5-Respectar os dereitos fundamentais e de igualdade entre homes e mulleres, respectar a promoción dos Dereitos Humanos e os principios de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con minusvalidez.
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			
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título	
- Valorar a importancia da variable distribución e o seu carácter estratéxico, como fonte de vantaxe competitiva, incluído o sector servizos. - Describir a situación actual e futuras tendencias da distribución con especial referencia aos fenómenos de concentración e internacionalización, impacto das novas tecnoloxías da información e da comunicación e xestión sustentable da cadea de suministro. - Coñecer as diferentes estruturas de comercialización existentes e as diferentes clasificacións dos intermediarios. - Coñecer as características dos diferentes formatos de comercio que integran un sistema comercial. - Coñecer as ferramentas comerciais, incluídas as vendas persoais, sobre as que se constrúe unha estratexia de distribución comercial exitosa. - Analizar as decisións de surtido, estratexias de marca de distribuidor, prezos, loxística e merchandising das empresas minoristas. - Coñecer o entorno legal no que se desenvolve a distribución comercial e as súas implicacións éticas.	A1	B1	C1
	A2	B2	C4
	A3	B3	C5
	A4	B4	C6
	A5	B5	C7
	A6	B6	C8
	A8	B7	
	A9	B8	
	A11	B9	
	A12	B10	

Contidos	
Temas	Subtemas
TEMA 1: MARCO TEÓRICO DA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	Fontes de información e conceptos básicos Funcións da distribución comercial A distribución comercial e o seu papel na economía e na sociedade Tendencias da distribución comercial a nivel nacional e internacional
TEMA 2: DESEÑO E ELECCIÓN DO CANAL DE DISTRIBUCIÓN	Canais de distribución: definición, funcións, tipos Avantaxes e desvantaxes dos intermediarios Deseño e selección do canal: obxectivos, etapas e alternativas Estratexias multicanal e comercio electrónico Contratos máis habituais nos canais de distribución
TEMA 3: DINÁMICA DOS CANAIS DE DISTRIBUCIÓN	Fluxos do canal de distribución Terceira tipoloxía de canais de distribución: grado de vinculación Avantaxes e desvantaxes da integración vertical Estructurando o canal de distribución e xestionando dinámicas: conflito e colaboración Marcas de fabricante e marcas de distribuidor



TEMA 4: INTERMEDIARIOS E FORMATOS COMERCIAIS	O surtido Intermediarios comerciais: tipos Formatos comerciais: definición Formatos comerciais maioristas: definición, clasificación e tendencias Formatos comerciais minoristas: definición, clasificación e tendencias Ciclo de vida e reinvenção de formatos comerciais
TEMA 6: MERCHANDISING	Introducción, concepto e evolución Disposición do punto de venta Merchandising sensorial Animación do punto de venta Promocións de vendas
TEMA 7. LOXÍSTICA MINORISTA	Orixe, importancia e conceptos básicos Xestión da cadea de suministro e KPIs Funcións e áreas da loxística Xestión loxística: niveis de servizo e custes de almacenamento, control e manipulación de mercancías Sistemas de codificación comercial
TEMA 5: RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN E NORMATIVA LEGAL EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	Responsabilidade social corporativa no sector distribución Xestión sustentable da cadea de suministro Normativa básica de aplicación: europea, estatal e autonómica

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	A12 B8 C8	25	50	75
Seminario	C4 C5 C6 C7	4	0	4
Proba de resposta múltiple	A4 A5 B4 B6 B9 B10 C1	1	0	1
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A6 A8 A9 A11 B1 B2 B3 B5 B7	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 utilizarán diferentes materiais (casos prácticos, materiais audiovisuais, lecturas) tanto na aula para complementar a docencia teórica e teórico-práctica (prácticas individuais), como fora da aula para preparar os proxectos prácticos en equipo que constitúen o obxecto da avaliación continua. A profesora responsable da asignatura preparará unha programación semanal para que os alumnos podan preparar as prácticas con antelación e darlles seguemento. Se recomenda a asistencia a todas as sesións da asignatura, incluídas as prácticas de equipo.
Seminario	Se farán tutorías en grupos reducidos (15 alumnos máximo) para resolver dúbidas da asignatura, e en particular para seguemento dos proxectos prácticos en equipo.
Proba de resposta múltiple	Examen tipo test de resposta múltiple donde unha sola opción é correcta e as respostas incorrectas penalizan.



Sesión maxistral	Se explicarán na aula os fundamentos dos contidos da asignatura utilizando apoios audiovisuais, discusións dirixidas, casos prácticos e outras metodoloxías interactivas. A profesora responsable da asignatura preparará unha programación semanal para que os alumnos podan preparar as sesións maxistrais con antelación e darlles seguemento. Se recomenda a asistencia a todas as sesións da asignatura, incluídas as prácticas individuais.
------------------	---

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos Seminario	Se facilitará atención personalizada para resolver dúbidas específicas sobre os contidos da asignatura, recomendar recursos bibliográficos e documentais adicionais para o estudo de casos, e dar seguemento en grupos reducidos ao proxecto práctico en equipo. igualmente nos seminarios se poden atender as dúbidas individualmente ademais de ter un aprendizaxe colaborativo. Na plataforma virtual da UDC se depositarán e/o indicarán os casos y demais material docente imprescindible para facilitar ao alumno o seguemento das sesións de docencia interactiva, co seu correspondente calendario. O material será comentado e ampliado na aula cos alumnos asistentes de xeito interactiva, e os casos e demais materiais prácticos asignados serán, primeiro, presentados polos equipos de alumnos responsables, e despois, obxecto de discusión dirixida en pleno. Por elo se recomenda a todos os alumnos tanto a asistencia como a lectura dos devanditos materiais con antelación á sesión que corresponda. Asimesmo se recomenda aos alumnos a asistencia ás tutorías para resolver de modo personalizado calquera dúbida sobre os casos e demais traballos susceptibles de avaliación continua.

Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Estudo de casos	A12 B8 C8	A calificación correspondente á avaliación continua procede da calificación obtida por cada alumno participante nun proxecto práctico en equipo elaborado fora da aula conforme ás indicacións da profesora responsable da asignatura, e presentado oralmente en sesión plenaria na aula. O proxecto práctico poderá versar sobre casos prácticos ou lecturas recomendadas, complementados por bibliografía relevante. Facilitarase a tutoría deste traballo.	30



Proba de resposta múltiple	A4 A5 B4 B6 B9 B10 C1	Examen tipo test de resposta múltiple donde unha sola opción é correcta. As respostas erróneas penalizan. Es imprescindible aproba-lo examen (calificación maior ou igual a 5) para aprobar a asignatura. Son materia de examen todos os contidos abordados na aula, tanto nas sesións maxistras como nas sesións teórico-prácticas e nas sesións prácticas; tanto individuais como de presentación e discusión de traballos de equipo É importante que os estudantes aborden o estudo individual dos contidos apoiándose en todos os materiais dispoñibles en moodle (apoios visuais, prácticas individuais, lecturas recomendadas, lexislación) e nas notas tomadas na aula para a mellor comprensión dos exemplos reais utilizados para ilustrar os contidos É importante complementar esos materiais coa revisión individual polos estudantes dos manuais recomendados da asignatura para aclarar calquera dúbida	70
----------------------------	--------------------------	---	----

Observacións avaliación

Con respecto á cualificación de non presentado e seguindo a normativa aprobada pola Xunta de Facultade, só serán cualificados con Non Presentados as persoas que unicamente se presentaron a actividades que en conxunto supoñan menos do 20% da nota final. Os alumnos que liberen unha parte da materia mediante unha proba mixta (parcial), só terá validez para o curso actual. Se un alumno que ten liberada unha parte non consegue aprobar a materia no seu conxunto nas oportunidades de xuño ou de xullo, a súa cualificación final será suspenso, e terá que repetir toda a materia nos seguintes cursos académicos. Os alumnos que o desexen poderán presentarse a subir nota no exame final da materia, previa notificación ao profesor e autorización por parte deste. Se houberse un alumno que queira presentarse á convocatoria adiantada de decembro, para superar esta materia aplicaráselle os mesmos criterios que na segunda oportunidade. Neste caso, é dun 70% no exame e 30% da puntuación obtida na avaliación continua. Seguindo a normativa aprobada pola Xunta do Centro, está prohibido acceder á aula na que se desenvolvan as distintas probas de avaliación con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información.

Fontes de información

Bibliografía básica	Vázquez Casielles, R., Trespalacios Gutiérrez, J.A. (2006): Estrategias de distribución comercial. Diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas, Thomson Paraninfo, Madrid (Vázquez Casielles et al. (coord.) (2010) Distribución Comercial y Comportamiento del Consumidor, Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial (Vázquez Casielles et al. (coord.) (2011): Estrategias competitivas en canales de distribución comercial tradicional versus on-line (Díez de Castro, Enrique y Navarro García, Antonio: ?Naturaleza de la distribución comercial? Díez de Castro, E.C., Landa Bercebal, F.J., Navarro García, A. (2006): Merchandising. Teoría y práctica, Pirámide, Madrid. Logística / Soret Los Santos, Ignacio (2010): Logística y operaciones en la empresa, ESIC, Madrid
Bibliografía complementaria	López Fernández, Rodrigo (2004): Logística comercial, Thomson Paraninfo, Madrid. Informes anuales de Deloitte "Global Powers of Retailing" Boletín económico del ICE (Información Comercial Española), monográficos sobre ?La distribución comercial en España? www.revistasice.com Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC) www.aecoc.es Federación Galega de Comercio http://www.comerciogalicia.com/index.php Revista Distribución Actualidad www.distribucionactualidad.com Revista Distribución y Consumo y otras publicaciones de MERCASA www.mercasa.es

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Introdución ao Marketing/611G02015

Materias que se recomenda cursar simultaneamente



Materias que continúan o temario
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