



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Distribución Comercial	Código	611G02030	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuadrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánInglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinación	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Profesorado	Rey García, Marta Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es 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

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.	A1	B1	C1
- 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.	A2	B2	C4
- Coñecer as diferentes estruturas de comercialización existentes e as diferentes clasificacións dos intermediarios.	A3	B3	C5
- Coñecer as características dos diferentes formatos de comercio que integran un sistema comercial.	A4	B4	C6
- Coñecer as ferramentas comerciais, incluídas as vendas personais, sobre as que se constrúe unha estratexia de distribución comercial exitosa.	A5	B5	C7
- Analizar as decisións de surtido, estratexias de marca de distribuidor, precios, loxística e merchandising das empresas minoristas.	A6	B6	C8
- Coñecer o entorno legal no que se desenvolve a distribución comercial e as súas implicacións éticas.	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	<p>Canais de distribución: definición, funcións, tipos</p> <p>Avantaxes e desvantaxes dos intermediarios</p> <p>Deseño e selección do canal: obxectivos, etapas e alternativas off-line e on-line</p> <p>Estratexias multicanal e omnicanalidade</p> <p>Contratos máis habituais nos canais de distribución</p>
TEMA 3: DINÁMICA DOS CANAIS DE DISTRIBUCIÓN	<p>Fluxos do canal de distribución</p> <p>Terceira tipoloxía de canais de distribución: grado de vinculación</p> <p>Avantaxes e desvantaxes da integración vertical</p> <p>Estructurando o canal de distribución e xestionando dinámicas: conflito e colaboración</p> <p>Marcas de fabricante e marcas de distribuidor</p>
TEMA 4: INTERMEDIARIOS E FORMATOS COMERCIAIS	<p>O surtido</p> <p>Intermediarios comerciais: tipos</p> <p>Formatos comerciais: definición</p> <p>Formatos comerciais maioristas: definición, clasificación e tendencias</p> <p>Formatos comerciais minoristas: definición, clasificación e tendencias</p> <p>Ciclo de vida e reinvenção de formatos comerciais</p>
TEMA 6: MERCHANDISING	<p>Introducción, concepto e evolución</p> <p>Disposición do punto de venda</p> <p>Merchandising sensorial</p> <p>Animación do punto de venda</p> <p>Promocións de vendas</p>
TEMA 7. LOXÍSTICA MINORISTA	<p>Orixe, importancia e conceptos básicos</p> <p>Xestión da cadea de suministro e KPIs</p> <p>Funcións e áreas da loxística</p> <p>Xestión loxística: niveis de servizo e custes de almacenamento, control e manipulación de mercancías</p> <p>Sistemas de codificación comercial</p>
TEMA 5: RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN E NORMATIVA LEGAL EN DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	<p>Responsabilidade social corporativa no sector distribución</p> <p>Xestión sustentable da cadea de suministro</p> <p>Normativa básica de aplicación: europea, estatal e autonómica</p>

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	<p>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.</p> <p>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.</p>
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	<p>Se explicarán na aula os fundamentos dos contidos da asignatura utilizando apoios audiovisuais, discusións dirixidas, casos prácticos e outras metodoloxías interactivas.</p> <p>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.</p>

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos Seminario	<p>Se facilitará atención personalizada para resolver dúbidas específicas sobre os contidos da asignatura, recomendar recursos bibliográficos e documentáis 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.</p> <p>Na plataforma virtual da UDC se depositarán e/o indicarán os casos y demáis 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 demáis 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 cualquera dúbida sobre os casos e demáis traballos susceptibles de avaliación continua.</p> <p>O obxectivo da atención personalizada consistirá en resolver dúbidas na preparación dos proxectos e casos prácticos, tanto no caso dos alumnos matriculados en réxime de dedicación a tempo completo como no caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial.</p>

### Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación



Estudo de casos	A12 B8 C8	<p>A calificación correspondente á avaliación continua procede da suma de:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- un 10% da calificación global obtido a partir da asistencia presencial e individual a tódalas sesións, tanto expositivas como interactivas, da materia, incluídas as presentacións de proxectos prácticos.</li><li>- un 30% 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 e webgrafía relevantes. Facilitarase a tutoría deste traballo. Todos os membros dun mesmo equipo de traballo obterán a mesma calificación.</li></ul>	40
Proba de resposta múltiple	A4 A5 B4 B6 B9 B10 C1	<p>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.</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>É importante complementar esos materiais coa revisión individual polos estudantes dos manuais recomendados da asignatura para aclarar calquera dúbida</p>	60

### Observacións avaliación

Os devanditos criterios de avaliación aplicarán tanto á primeira como á segunda oportunidade. Os alumnos que suspendan a proba de resposta múltiple (examen) figurarán en actas coa calificación obtida no mesmo. 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 60% no exame e 40% 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.

Aplícanse os mesmos criterios de avaliación na primeira e segunda oportunidades. Estes criterios de avaliación son os mesmos para os alumnos matriculados en réxime de dedicación a tempo completo como non caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial.



## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	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, MadridGRUPO BILINGÜERecommended textbooks:Berman, Barry R. & Evans, Joel R. (2013): Retail Management: A Strategic Approach, Prentice Hall.Levy, Michael & Weitz, Barton A. (2012): Retailing Management, McGraw-Hill.Additional materials:Deloitte reports on "Global Powers of Retailing"
<b>Bibliografía complementaria</b>	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.comAsociación Española de Codificación Comercial (AECOC) www.aecoc.esFederación Galega de Comercio http://www.comerciogalicia.com/index.phpRevista Distribución Actualidad www.distribucionactualidad.comRevista 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