



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Distribución Comercial	Código	611G02030	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	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	<p>El objetivo general de esta asignatura es introducir a los alumnos a la realidad del sector de la distribución comercial, haciendo hincapié en la gestión estratégica de esta área del marketing y en las oportunidades que supone para la mejora competitiva de las organizaciones y para la satisfacción de sus clientes. Para tal fin, se introducirán el marco teórico e institucional, las grandes tendencias derivadas de la internacionalización y aplicación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el sector, y las expectativas de las partes interesadas en una gestión sostenible de la cadena de suministro. En este contexto se explicarán el funcionamiento y dinámicas de los diferentes tipos de canales de distribución, intermediarios y formatos comerciales, tanto offline como online, la relevancia del merchandising y de la logística minorista, y los aspectos éticos y legales de la distribución comercial. Se hará especial hincapié en la distribución sostenible y su relación con la economía circular.</p>			

Competencias do título	
Código	Competencias do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
- Valorar a importancia do sector da distribución comercial dentro da economía e da variable distribución e o seu carácter estratéxico dentro do marketing, como fonte de vantaxe competitiva, incluído no sector servicios.	A1	B1	C1
	A2	B2	C2
- 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 (transformación dixital) e xestión sustentable da cadea de suministro (RSC).	A3	B3	C4
	A4	B4	C5
	A5	B5	C6
- Coñecer as diferentes estruturas de comercialización existentes e as diferentes clasificacións dos canais e os intermediarios, tanto offline como online. Comprender as implicacións da omnicanalidade.	A6	B6	C7
	A8	B7	C8
- Coñecer as características dos diferentes formatos de comercio que integran un sistema comercial, tanto físicos como online.	A9	B8	
	A11	B9	
- Coñecer as ferramentas comerciais, incluídas as vendas persoais, sobre as que se constrúe unha estratexia de distribución comercial exitosa.	A12	B10	
- Analizar as decisións de surtido, estratexias de marca de distribuidor, precios, loxística e merchandising das empresas minoristas.			
- Coñecer o entorno legal no que se desenvolve a distribución comercial e as súas implicacións éticas, con especial atención á sustentabilidade, á economía circular e á RSC das empresas de distribución.			

Contidos	
Temas	Subtemas



TEMA 1: MARCO TEÓRICO DA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	<p>Fontes de información e conceptos básicos</p> <p>Funcións da distribución comercial nas estratexias de marketing</p> <p>Introducción á historia do retail contemporáneo</p> <p>A distribución comercial e o seu papel na economía e na sociedade</p> <p>Tendencias da distribución comercial a nivel nacional e internacional</p>
TEMA 2: DESEÑO E ELECCIÓN DO CANAL DE DISTRIBUCIÓN	<p>Canles 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 CANLES DE DISTRIBUCIÓN	<p>Fluxos do canle de distribución</p> <p>Terceira tipoloxía de canles de distribución: grado de vinculación</p> <p>Avantaxes e desvantaxes da integración vertical</p> <p>Estructurando o canle de distribución e xestionando dinámicas de 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 e minoristas: definición, clasificación e tendencias, tanto offline como online</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>Loxística inversa</p> <p>Xestión loxística: niveis de servizo e custes de almacenamento, control e manipulación de mercancías</p> <p>Sistemas de codificación comercial</p> <p>Trazabilidade</p>
TEMA 5: DISTRIBUCIÓN SUSTENTABLE, RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN E NORMATIVA LEGAL	<p>Sustentabilidade</p> <p>Responsabilidade social corporativa no sector distribución</p> <p>Xestión sustentable da cadea de suministro das empresas de distribución</p> <p>Economía circular e consumo responsable</p> <p>Normativa básica de aplicación: europea, estatal e autonómica</p>

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	A12 B8 C2 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 dado o seu carácter evaluable, incluídas as presentacións de todos os proxectos prácticos de equipo e as conferencias invitadas.</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 maxistras con antelación e darlles seguemento. Se recomenda a asistencia a todas as sesións da asignatura dado o seu carácter evaluable, incluídas as presentacións de todos os proxectos prácticos de equipo e as conferencias invitadas.</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 documentais adicionais para o estudo de casos, e dar seguemento en grupos reducidos ó proxecto práctico en equipo. Igualmente nos seminarios se poden atender dúbidas individualmente, ademais de ter lugar unha aprendizaxe colaborativa.</p> <p>Na plataforma virtual da UDC se depositarán e/ou indicarán os casos e demais material docente imprescindible para facilitar ó alumnado o seguemento das sesións de docencia interactiva, co seu correspondente calendario. O material será comentado e ampliado na aula cos alumnos asistentes de xeito interactivo, e os casos e demais materiais prácticos asignados serán, primeiro, presentados polos equipos de alumnos responsables, e despois, obxecto de discusión dirixida en plenario. Por tanto se recomenda a tódolos alumnos tanto a asistencia como a lectura dos devanditos materiais con antelación á sesión que corresponda. Asimesmo se recomenda ós alumnos a asistencia as tutorías para resolver de modo personalizado calquera dúbida sobre os casos e demais traballos susceptibles de avaliación continua.</p> <p>O obxectivo da atención personalizada consistirá en resolver dúbidas relativas á preparación dos proxectos e casos prácticos, tanto no caso dos alumnos matriculados en réximen de dedicación a tempo completo como no caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica.</p>

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación



Estudo de casos	A12 B8 C2 C8	<p>A calificación correspondente á avaliación continua procede da suma de:</p> <ul style="list-style-type: none">- un 10% da calificación global obtido a partir da asistencia presencial e individual a tódalas sesións, tanto expositivas como interactivas, da materia, incluídas todas as presentacións de proxectos prácticos e as conferencias invitadas.- 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 asignado previamente por ela, 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 específica deste traballo en caso de ser necesaria. Todos os membros dun mesmo equipo de traballo obterán a mesma calificación.	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 individuáis como de presentación e discusión de traballos de equipo. Os contidos de todos os proxectos prácticos en equipo serán polo tanto avaliábeis.</p> <p>É importante que os estudantes aborden o estudo individual dos contidos apoiándose en todos os materiais dispoñibles en moodle (apoios visuais, prácticas individuáis, 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, e incluírán aos estudantes Erasmus e de intercambio. 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 únicamente 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 na primeira e na segunda oportunidade, a súa cualificación final será suspenso, e terá que repetir toda a materia nos seguintes cursos académicos. 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 (teléfonos e outros dispositivos móbiles, smartphones, etc.). 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 e dispensa académica. Neste caso, a ponderación é dun 60% para a calificación obtida no exame e aun 40% para a puntuación obtida no proxecto práctico en equipo.

Fontes de información



Bibliografía básica	BIBLIOGRAFÍA BÁSICAVázquez 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 Artículos, capítulos, informes y casos indicados en moodleGRUPO 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.Papers, chapters, reports and cases indicated in moodle
Bibliografía complementaria	BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA http://catedrafundacionarecesdcuniovi.es/publicaciones-libros-publicados-es.html 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

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