



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Distribución Comercial		Código	611G02030
Titulación				
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánInglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
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				
Descripción xeral	O obxectivo xeral desta materia é introducir ós alumnos á realidade do sector da distribución comercial, facendo fincapé na xestión estratégica 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 das novas tecnoloxías da información e da comunicación no sector, e as expectativas das partes interesadas nunha xestión sustentable da cadea de suministro. Neste contexto explicaranse o funcionamento e dinámicas dos diferentes canles de distribución, intermediarios e formatos comerciais, tanto offline como online, a relevancia do merchandising e da loxística minorista, e os aspectos éticos e legais da distribución comercial. Se fará especial fincapé na distribución sustentable e a sua relación coa economía circular			



Plan de continxencia	<p>1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen ? Sesión maxistral (realizarse de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Sesiones interactivas para desenvolver e presentar estudos de caso (realizarse de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Seminarios (realizarase de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Proba de respuesta múltiple (realizarse de forma virtual, preferiblemente a través de Moodle)</p> <p>*Metodoloxías docentes que se modifican ? Se elimina o requisito de asistencia a partir da suspensión da actividade presencial</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado ? Moodle: De uso para consultar os materiais do curso, solicitar tutorías e fazer o seguimento dos estudios de caso. ? Teams: sesiones para tutorías individuais ou en grupo reducido</p> <p>4. Modificacións na avaliación Non se realizarán cambios</p> <p>*Observacións de avaliación: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que: As referencias ao cómputo da asistencia, que só se realizará respecto das sesión que houbo presencial ate o momento no que se suspendeu a actividade presencial.</p> <p>1. SITUACIÓNS: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente</p> <p>2. REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA: Mantéñense os mesmos que figuran na guía docente</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non se realizarán cambios.</p>
----------------------	--

Código	Competencias / Resultados do título	Competencias / Resultados do título
Resultados da aprendizaxe		
	Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título



- Valorar a importancia do sector da distribución comercial dentro da economía e da variable distribución e o seu carácter estratégico dentro do marketing, como fonte de avantage competitiva, incluído no sector servicios.	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 (transformación digital) e xestión sustentable da cadea de suministro (RSC).	A2	B2	C2
- Coñecer as diferentes estruturas de comercialización existentes e as diferentes clasificacións dos canales e os intermediarios, tanto offline como online. Comprender as implicacións da omnicanalidade.	A3	B3	C4
- Coñecer as características dos diferentes formatos de comercio que integran un sistema comercial, tanto físicos como online.	A4	B4	C5
- Coñecer as ferramentas comerciais, incluidas as ventas personais, sobre as que se constrúe unha estratexia de distribución comercial exitosa.	A5	B5	C6
- Analizar as decisións de surtido, estratexias de marca de distribuidor, precios, loxística e merchandising das empresas minoristas.	A6	B6	C7
- Coñecer o entorno legal no que se desenvolve a distribución comercial e as suas implicacións éticas, con especial atención á sustentabilidade, á economía circular e á RSC das empresas de distribución.	A8	B7	C8
	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 nas estratexias de marketing Introducción á historia do retail contemporáneo 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	Canles de distribución: definición, funcións, tipos Avantaxes e desvantaxes dos intermediarios Deseño e selección do canal: obxectivos, etapas e alternativas off-line e on-line Estratexias multicanal e omnicanalidade Contratos más habituais nos canais de distribución
TEMA 3: DINÁMICA DOS CANLES DE DISTRIBUCIÓN	Fluxos do canle de distribución Terceira tipoloxía de canles de distribución: grado de vinculación Avantaxes e desvantaxes da integración vertical Estructurando o canle de distribución e xestionando dinámicas de conflicto 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 e minoristas: definición, clasificación e tendencias, tanto offline como online Ciclo de vida e reinención de formatos comerciais
TEMA 6: MERCHANDISING	Introducción, concepto e evolución Disposición do punto de venta Merchandising sensorial Animación do punto de venta Promocións de ventas



TEMA 7. LOXÍSTICA MINORISTA	Orixe, importancia e conceptos básicos Xestión da cadea de suministro e KPIs Funcións e áreas da loxística Loxística inversa Xestión loxística: niveis de servicio e custes de almacenamento, control e manipulación de mercancías Sistemas de codificación comercial Trazabilidade
TEMA 5: DISTRIBUCIÓN SUSTENTABLE, RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN E NORMATIVA LEGAL	Sustentabilidade Responsabilidade social corporativa no sector distribución Xestión sustentable da cadea de suministro das empresas de distribución Economía circular e consumo responsable 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 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	Descripción
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 obxeto da avaliación continua. A profesora responsable da asignatura preparará unha programación semanal para que os alumnos podan preparar as prácticas con antelación e darles seguemento. Se recomenda a asistencia a todas as sesións da asignatura dado o seu carácter evaluable, incluidas as presentacións de todos os proxectos prácticos de equipo e as conferencias invitadas.
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 respuestas 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 darles seguemento. Se recomenda a asistencia a todas as sesións da asignatura dado o seu carácter evaluable, incluidas as presentacións de todos os proxectos prácticos de equipo e as conferencias invitadas.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descripción



Estudo de casos Seminario	<p>A atención personalizada mediante tutorías individuais e tutorías en grupo reducido proporcionarase vía Teams, previa solicitude vía email/Moodle.</p> <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 demáis 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 demáis materiais prácticos asignados serán, primeiro, presentados polos equipos de alumnos responsables, e despóis, obxeto 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 cualquera dúbida sobre os casos e demáis 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 / Resultados	Descripción	Cualificación
Estudo de casos	A12 B8 C2 C8	A calificación correspondente á avaliación continua procede da suma de: - un 10% da calificación global obtido a partir da asistencia presencial e individual a tódalas sesións, tanto expositivas como interactivas, da materia, incluidas 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. Facilitaráse 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 administrado vía Moodle 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 presencial como virtualmente, tanto nas sesións maxistrais como nas sesións teórico-prácticas e nas sesións prácticas; tanto individuais como de presentación e discusión de traballos de equipo. Os contidos de todos os proxectos prácticos en equipo serán polo tanto availables.</p> <p>É importante que os estudiantes aborden o estudio individual dos contidos apoiándose en todos os materiais disponibles 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 estudiantes dos manuais recomendados da asignatura para aclarar calquera dúbida</p>	60
----------------------------	--------------------------	---	----

Observacións avaliación

Os devanditos criterios de avaliação aplicarán tanto á primeira como á segunda oportunidade, e incluirán aos estudiantes 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. A avaliação continua 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 houbese un alumno que queira presentarse á convocatoria adiantada de decembro, para superar esta materia aplicáranselle os mesmos criterios que na segunda oportunidade. Neste caso, é dun 60% no exame e 40% da puntuación obtida na avaliação continua. Segundo a normativa aprobada pola Xunta do Centro, está prohibido acceder á aula na que se desenvolvan as distintas probas de avaliação con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información (teléfonos e outros dispositivos móviles, smartphones, etc.). Para os alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica a calificación obtida no exame terá unha ponderación do 100%.

Fontes de información

Bibliografía básica	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. Artículos, capítulos, informes y casos indicados en moodle GRUPO BILINGÜE Recommended 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 recomienda 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