



Guía Docente						
Datos Identificativos				2021/22		
Asignatura (*)	Distribución Comercial		Código	611G02030		
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas					
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	Losada López, José María Rey García, Marta Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	jose.maría.losada@udc.es 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 a través de Teams) ? Sesións interactivas para desenvolver contidos prácticos e presentar estudos de caso (realizarse de forma virtual a través de Teams) ? Proba de resposta múltiple (realizarse de forma virtual, preferiblemente a través del Campus Virtual)</p> <p>*Metodoloxías docentes que se modifican ? Se elimina o requisito de asistencia a partir da suspensión da actividade presencial ? Seminarios: en caso de non realizarse a avaliación destes coñecementos se realizará mediante a participação en sesións maxistrais/interactivas e/ou traballos tutelados específicos.</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado ? Campus Virtual: De uso para consultar os materiais do curso, solicitar tutorías e facer o seguimento dos estudos de caso. ? Teams: sesións para tutorías individuais ou en grupo reducido</p> <p>4. Modificacións na avaliación Non se realizarán cambios</p> <p>*Observacións de avaliação: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que: As referencias ao cómputo da asistencia, que só se realizará respecto das sesións que houbo presencial ate o momento no que se suspendeu a actividade presencial.</p> <p>1. SITUACIÓN:</p> <p>Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente</p> <p>2. REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA:</p> <p>Mantéñense os mesmos que figuran na guía docente</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non se realizarán cambios. As lecturas obligatorias se porán a disposición dos alumnos en formato dixital.</p>
----------------------	---

Código	Competencias do título
	Competencias do título
A1	Xestionar e administrar unha empresa ou organización de pequeño 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 apóiandose en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vanguarda do seu campo de estudo
B2	CB2-Saber aplicar os coñecementos ao seu traballo dunha forma profesional e posuír as competencias que adoitan desmostrarse 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 soluciones 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 linguaas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
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 enfrentarse.
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 do título		
	A1	B1	C1
- 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 avantaxe competitiva, incluido no sector servicios.	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 digital) e xestión sustentable da cadea de suministro (RSC).	A3	B3	C4
- Coñecer as diferentes estructuras de comercialización existentes e as diferentes clasificacións dos canales e os intermediarios, tanto offline como online. Comprender as implicacións da omnicanalidade.	A4	B4	C5
- Coñecer as características dos diferentes formatos de comercio que integran un sistema comercial, tanto físicos como online.	A5	B5	C6
- Coñecer as ferramentas comerciais, incluidas as ventas personais, sobre as que se constrúe unha estratexia de distribución comercial exitosa.	A6	B6	C7
- Analizar as decisións de surtido, estratexias de marca de distribuidor, precios, loxística e merchandising das empresas minoristas.	A8	B7	C8
- 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.	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 reinvenCIÓN 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	Orixé, importancia e conceptos básicos Xestión da cadea de suministro e KPIs Funcións e áreas da loxística Loxística inversa Xestión loxística: niveis de servicio e custos 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	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	Descripción
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 obxeto da avaliação continua.</p> <p>A profesora responsable da asignatura preparará unha programación semanal para que os alumnos podan preparar as prácticas con antelación e dárslas 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.</p>
Seminario	Se farán tutorías en grupos reducidos (15 alumnos máximo) para resolver dúbihdas da asignatura, e en particular para seguemento dos proxectos prácticos en equipo.
Proba de resposta múltiple	Examen tipo test de respuesta múltiple donde unha sola opción é correcta e as respuestas 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 dárslas 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.</p>

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 dúbihdas 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 dúbihdas individualmente, ademais de ter lugar unha aprendizaxe colaborativa.</p> <p>Na plataforma virtual da UDC se depositarán e/ou indicarán os casos e demás 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 demás 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 dúbihda sobre os casos e demás traballos susceptibles de avaliação continua.</p> <p>O obxectivo da atención personalizada consistirá en resolver dúbihdas 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	Descripción	Cualificación
Estudo de casos	A12 B8 C2 C8	<p>A calificación correspondente á avaliación continua procede da suma de:</p> <p>- un 10% da calificación obtida a partir da asistencia e/ou participación individual en tódalas sesións, tanto expositivas como interactivas, da materia, incluidas todas as presentacións de proxectos prácticos e os seminarios/conferencias invitados. Esta participación poderá controlarse aleatoriamente.</p> <p>- 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.</p>	40
Proba de resposta múltiple	A4 A5 B4 B6 B9 B10 C1	<p>Realizaráse un examen tipo test, que poderá ser administrado vía Campus Virtual na aula, donde solo unha opción é correcta. As respostas incorrectas penalizan un tercio do valor das correctas. É esteticamente necesario aprobar o examen (esto é, obter unha calificación igual ou superior a 5,00 nunha escala de 0-10) para aprobar a materia.</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 disponíveis 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

A) NORMATIVA DE AVALIACIÓN

1. Condicions de avaliación: está prohibido o acceso ás aulas de examen con calquier dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de datos (teléfonos móviles, reloxos intelixentes, etc.).
2. Identificación do estudiante: o estudiante ten que acreditar a súa identidade de acordo á normativa vixente.

B) TIPOS DE CALIFICACIÓN

1. CALIFICACIÓN DE NON PRESENTADO

Corresponde ó alumnado cando solo participe en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ó 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación alcanzada.

2. ESTUDANTES CON RECOÑECIMENTO DE DEDICACIÓN A TEMPO PARCIAL E DISPENSA ACADÉMICA DE EXENCIÓN DE ASISTENCIA

Para os estudiantes matriculados a tempo parcial e con dispensa académica de exención de asistencia a proba de resposta múltiple suporá o 100 % da calificación final.

C. OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN

1. PRIMEIRA E SEGUNDA OPORTUNIDADE

Os criterios de avaliación aplicaránse tanto á primeira como á segunda oportunidade, incluidos estudiantes Erasmus e de intercambio.

2. CONVOCATORIA ADIANTADA

As condicions de avaliación da oportunidade adiantada (art. 19 das Normas de Avaliación, Revisión e Reclamacións das Cualificacións dos Estudos de Grao e Mestrado Universitario) serán específicas para esta oportunidade. Esta será avaliada por medio dunha proba de resposta múltiple que suporá o 100 % da calificación final.

D. OUTRAS OBSERVACIÓN S DE AVALIACIÓN

Os estudiantes que suspendan a proba de resposta múltiple recibirán a cualificación do examen como cualificación final en todas as oportunidades.

As calificacións obtidas polos estudiantes na avaliación continua como resultado dos proxectos prácticos en equipo (ata 30%) e participación individual (ata 10%) serán válidas solo durante o curso académico en cuestión.

A

realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria.

```
@font-face
{font-family:"Cambria Math";
panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4;
mso-font-charset:0;
mso-generic-font-family:roman;
mso-font-pitch:variable;
mso-font-signature:3 0 0 0 1 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal
{mso-style-unhide:no;
mso-style-qformat:yes;
mso-style-parent:"";
margin:0cm;
mso-pagination:widow-orphan;
font-size:12.0pt;
font-family:"Times New Roman",serif;
mso-fareast-font-family:"Times New Roman";}.MsoChpDefault
{mso-style-type:export-only;
mso-default-props:yes;
font-family:"Calibri",sans-serif;
mso-ascii-font-family:Calibri;
mso-ascii-theme-font:minor-latin;
mso-fareast-font-family:Calibri;
mso-fareast-theme-font:minor-latin;
mso-hansi-font-family:Calibri;
mso-hansi-theme-font:minor-latin;
mso-bidi-font-family:"Times New Roman";
mso-bidi-theme-font:minor-bidi;
mso-fareast-language:EN-US;}.div.WordSection1
{page:WordSection1;}
```



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 cursar previamente

Introducción ao Marketing/611G02015

Materias que se recomienda 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