



Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
Asignatura (*)	Distribución Comercial	Código	611G02030	
Titulación				
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuadrimestre	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	Correo electrónico	jose.maria.losada@udc.es	
	Rey García, Marta		marta.reyg@udc.es	
	Salido Andrés, Noelia		noelia.sandres@udc.es	
Web				
Descrición xeral	<p>O obxectivo xeral desta materia é introducir ós 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 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 súa relación coa economía circular</p>			



<b>Plan de continxencia</b>	<p>1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen ? Sesión maxistral (realizarase de forma virtual a través de Teams) ? Sesións interactivas para desenvolver contidos prácticos e presentar estudos de caso (realizarase de forma virtual a través de Teams) ? Proba de resposta múltiple (realizarase 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 participación en sesións maxistras/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 titorías 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. As lecturas obrigatorias se porán a disposición dos alumnos en formato dixital.</p>
-----------------------------	---

<b>Competencias / Resultados do título</b>	
<b>Código</b>	<b>Competencias / Resultados do título</b>

<b>Resultados da aprendizaxe</b>	
<b>Resultados de aprendizaxe</b>	<b>Competencias / Resultados do título</b>



- 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 servizos.	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, prezos, 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	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 máis 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 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 e minoristas: definición, clasificación e tendencias, tanto offline como online Ciclo de vida e reinvenção de formatos comerciais
TEMA 6: MERCHANDISING	Introducción, concepto e evolución Disposición do punto de venda Merchandising sensorial Animación do punto de venda Promocións de vendas



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 / 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	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 onde 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>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 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 / Resultados	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"><li>- un 10% da calificación obtida a partir da asistencia e/ou participación individual en tódalas sesións, tanto expositivas como interactivas, da materia, incluídas todas as presentacións de proxectos prácticos e os seminarios/conferencias invitados. Esta participación poderá controlarse aleatoriamente.</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 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.</li></ul>	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 estrictamente 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 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 avaliáveis.</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



## A) NORMATIVA DE AVALIACIÓN

1. Condicións de avaliación: está prohibido o acceso ás

aulas de examen con calquer dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de datos (teléfonos móbiles, reloxos intelixentes, etc.).

2. Identificación do estudante: o estudante 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

#### RECOÑECEMENTO DE DEDICACIÓN A TEMPO PARCIAL E DISPENSA ACADÉMICA DE EXENCIÓN DE ASISTENCIA

Para os estudantes

matriculados a tempo parcial e con dispensa académica de exención de asistencia

a proba de resposta múltiple suporá o 100 % da cualificación final.

## C. OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN

### 1. PRIMEIRA E SEGUNDA OPORTUNIDADE

Os criterios de avaliación

aplicaránse tanto á primeira como á segunda oportunidade, incluídos estudantes

Erasmus e de intercambio.

### 2. CONVOCATORIA ADIANTADA

As condicións 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 cualificación final.

## D. OUTRAS OBSERVACIÓNS DE AVALIACIÓN

Os estudantes que suspendan a

proba de resposta múltiple recibirán a cualificación do examen como

cualificación final en todas as oportunidades.

As cualificacións obtidas

polos estudantes 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

<b>Bibliografía básica</b>	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
<b>Bibliografía complementaria</b>	BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA <a href="http://catedrafundacionarecesdcuniovi.es/publicaciones-libros-publicados-es.html">http://catedrafundacionarecesdcuniovi.es/publicaciones-libros-publicados-es.html</a> 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