UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Distribución Comercial		Código	611G02030
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descriptores				

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 Rey García, Marta Salido Andrés, Noelia	Correo electrónico	jose.maria.losada@udc.es marta.reyg@udc.es noelia.sandres@udc.es
Web			
Descrición xeral	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 sua relación coa economía circular		

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados 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 vangarda 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 solucións 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 linguas 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 enfrontarse.
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 / Resultados 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 avantaxe competitiva, incluido no sector servicios. - 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). - Coñecer as diferentes estructuras de comercialización existentes e as diferentes clasificacions dos canales e os intermediarios, tanto offline como online. Comprender as implicacións da omnicanalidade. - Coñecer as características dos diferentes formatos de comercio que integran un sistema comercial, tanto físicos como online. - Coñecer as ferramentas comerciais, incluidas as ventas personais, sobre as que se constrúe unha estratexia de distribución comercial exitosa. - 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 suas implicacións éticas, con especial atención á sustentabilidade, á economía circular e á RSC das empresas de distribución.	A1 A2 A3 A4 A5 A6 A8 A9 A11 A12	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10	C1 C2 C4 C5 C6 C7 C8

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 desventaxas 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 desventaxas 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 comerciáis
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	**Descrición**

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 darlles 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 respostas 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 darlles 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	**Descrición**
Estudo de casos Seminario	A atención personalizada mediante titorías individuais e titorías en grupo reducido proporcionarase vía Teams, previa solicitude vía email/Moodle. 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. 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. 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.

Avaliación			
Metodoloxías	**Competencias / Resultados**	**Descrición**	**Cualificación**

Estudo de casos	A12 B8 C2 C8	A calificación correspondente á avaliación continua procede da suma de: - 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. - 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 webgrafia 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	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. 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 individuáis como de presentación e discusión de traballos de equipo. Os contidos de todos os proxectos prácticos en equipo serán polo tanto avaliables. 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 É importante complementar esos materiais coa revisión individual polos estudantes dos manuais recomendados da asignatura para aclarar calquera dúbida	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 móviles, 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 calificación final.
C. OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN
1. PRIMEIRA E SEGUNDA OPORTUNIDADE
O sistema e datas oficiais de avaliación aplicaránse a todos os estudantes da materia, incluidos estudantes
Erasmus e de intercambio.
No caso dos estudantes
non presentados ou suspensos na primeira oportunidade (suspensos= cualificación
final < 5,00), ben por insuficiente cualificación na avaliación continua ou
por ter suspendido o exame de test -non é posible ir á segunda oportunidade
para subir a nota da primeira-), para a segunda oportunidade elixirase a mellor
das seguintes 2 cualificacións como cualificación final:
a) Cualificación
final = 100% da cualificación do exame de test de 2ª oportunidade,
b) cualificación
final = suma das puntuacións obtidas na avaliación continua (da primeira
oportunidade, 40%) e no exame de test da 2ª oportunidade (60%) sempre e cando a
cualificación obtida no exame sexa igual ou superior a 5,00.
En ambos casos solo
serán aprobados os estudantes que obteñan unha cualificación final igual ou
superior a 5,00.
@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;}@font-face
{font-family:Calibri;
panose-1:2 15 5 2 2 2 4 3 2 4;
mso-font-charset:0;
mso-generic-font-family:swiss;
mso-font-pitch:variable;
mso-font-signature:-536859905 -1073732485 9 0 511 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:"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;}.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;}

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 calificación 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 calificacións obtidas
polos estudantes na avaliación continua como resultado dos proxectos prácticos en equipo (30%) e participación individual (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 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 COMPLEMENTARIAhttp://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