



Guía Docente

Datos Identificativos					2024/25
Asignatura (*)	Distribución Omnicanle de Moda	Código	710G03024		
Titulación					
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Grao	2º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6	
Idioma	Inglés				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinación	Crespo Pereira, Verónica	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es		
Profesorado	Crespo Pereira, Verónica Czarczynska , Anna Marta	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es a.czarczynska@udc.es		
Web	humanidades.udc.es/estudos/gim				
Descrición xeral	As empresas deben analizar a súa posición no mercado, as relacións cos clientes e os recursos existentes para crear o mellor escenario posible que agregue valor ao negocio. Ofrecer unha experiencia omnicanal convincente é un requisito necesario para a supervivencia no negocio da moda. Os compradores de hoxe demandan novas formas de comprar. A maioría dos consumidores xa non pensan en termos de canles tradicionais como un proceso estanco, senón nas compras basadas en experiencias fluidas onde non existen límites entre os canais de compra. Esta asignatura está estruturada para proporcionar un coñecemento polédrico das experiencias omnicanal, así como para profundizar na implementación de estratexias de venta minorista en canles múltiples na industria da moda.				

Competencias / Resultados do título

Código	Competencias / Resultados do título
--------	-------------------------------------

Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Apreciar a importancia da xestión do canle de marketing para o éxito das firmas de moda	A8	B4 B6 B7 B8 B9	C1 C3 C4 C7 C8 C9
Identificar as diferenzas entre as estratexias onmicanle e multicanle	A8	B1 B7 B9	C3 C5 C8
Identificar e describir as tendencias que dan forma ao cambio de estratexias omnicanle no mercado da moda	A8	B6 B7	C3 C5 C8
Diseñar estratexias omnicanle retallistas para a industria da moda	A8	B2 B3 B4 B6 B7 B8 B9	C3 C8 C9

Contidos



Temas	Subtemas
Parte I. Canles de distribución na industria da moda	1.1. Introdución á distribución comercial textil-moda 1.2. Marketing de canle único no campo da moda 1.3. Da estratexia de canle único á multicanle no campo da moda 1.4. Da estratexia multicanle á omnicanle no campo da moda 1.5. Canle de distribución comercial online e offline no campo da moda: formatos retallistas
Parte II. A estratexia de distribución omnicanle	2.1. Comportamento do consumidor no campo da moda e buyer persona profile 2.2. Explorando a extratexia omnicanle retallista no campo da moda 2.3. Integración do canle tradicional e dixital: mapa para a creación e implementación da estratexia omnicanle retallista no campo da moda (Customer journey map) 2.4. O novo papel da tenda física nas estratexias de retail offline e online.
Parte III. Aplicación das tácticas omnicanles na industria da moda	3.1. Plataformas e marketplace na industria de moda 3.2. Dixitalización da experiencia de compra na moda 3.3. Tecnoloxía para a tenda intelixente para o campo da moda

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	A2 A7 B7 B10 C2	1	19	20
Presentación oral	A8 B1 B2 B3 B4 B6 B8 C1 C3 C4 C7 C8 C9	2	8	10
Sesión maxistral	A1 A2 B2 B10 C2 C5	21	20	41
Proba de resposta múltiple	A1 A8	1	29	30
Obradoiro	A5 B9 C3 C5 C7 C8	20	25	45
Atención personalizada		4	0	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Estudio de casos reais sobre estratexias onmicanle en firmas de moda
Presentación oral	Os alumnos realizarán, de forma grupal, un traballo final que deberán presentar tanto oralmente como por escrito ó final do curso. A defensa oral do traballo, que terá a súa correspondente parte por escrito, realizarase na derradeira semana de clases e será evaluable.
Sesión maxistral	Expondranse en clase os fundamentos teóricos da materia mediante o uso de apoio visual e audiovisual.
Proba de resposta múltiple	Exame tipo test de resposta múltiple onde só unha opción é correcta. As respostas incorrectas penalizarán.
Obradoiro	Nos obradoiros os alumnos recibirán instrucións por parte do docente para guiar o traballo práctico. Deberán elaborar, por grupos, un traballo final que será feito tanto na aula (sesión interactiva) coma fora dela (traballo autónomo) y evidenciarase por medio dun traballo escrito ó final do curso.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición



Obradoiro Sesión maxistral	<p>Si se presenta alguna dúbida relativa ó material explicado na clase, hai horas de tutoría a tal efecto. Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, acordarase un horario específico de tutorías, compatible coa dedicación.</p> <p>ATENCIÓN Á DIVERSIDADE:</p> <p>A materia poderá ser adaptada ao estudiantado que precise a adopción de medidas encamiñadas ao apoio á diversidade (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaxe ou relacionada coa saúde mental). De ser o caso, deberán contactar cos servizos dispoñibles na UDC/no centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa a cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade (https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/); no seu defecto, coa tutora ADI da Facultade de Humanidades</p>
-------------------------------	--

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Obradoiro	A5 B9 C3 C5 C7 C8	<p>Por grupos, os alumnos deberán presentar un proxecto. Este se desenvolverá tanto na clase práctica como fora de ela (traballo autónomo). Este deberá respetar os criterios de avaliación socializados na clase.</p> <p>O traballo supón un 40% da calificación final. Todos os membros do grupo obterán a mesma puntaxe. Para superar o traballo práctico, débese acumular unha puntaxe igual ou superior a 2,5 puntos sobre 5, resultante da suma do traballo escrito (40%) e a súa su presentación oral (10%).</p>	40
Presentación oral	A8 B1 B2 B3 B4 B6 B8 C1 C3 C4 C7 C8 C9	<p>Todos os membros do grupo deberán presentar oralmente o proxecto de avaliación continua. Na parte oral, os alumnos deberán defender adecuadamente os principais puntos do traballo e demostrar coñecemento do tema, así como responder correctamente ás preguntas formuladas polo el docente.</p> <p>A avaliación será individual na parte da oratoria. A calificación máxima será de 1 punto.</p>	10
Proba de resposta múltiple	A1 A8	<p>Proba individual de elección múltiple cunha soa resposta correcta. As respostas incorrectas penalizarán.</p> <p>Tódolos materiais e contidos impartidos a tratados na aula, xa sea virtual como presencialmente, poderán formar parte das preguntas do exame. O exame, de carácter individual, deberá prepararse empregando todos os materiais na plataforma virtual, é dicir, non só facer uso das diapositivas senón tamén das lecturas, materiais audiovisuais e notas que se tomen na aula.</p>	50

Observacións avaliación



NORMATIVA

Todos os aspectos relacionados coa "dispensa académica", "dedicación ao estudo", "permanencia" e "fraude académica" rexeranse de acordo coa normativa académica vigente da UDC.

TIPOS DE CALIFICACIÓN

a) **CALIFICACIÓN DE NON PRESENTADO** Corresponde ao alumnado cando só participe en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación alcanzada.

b) **ESTUDANTADO CON RECOÑECEMENTO DE DEDICACIÓN A TEMPO PARCIAL E DISPENSA ACADÉMICA DE EXENCIÓN DE ASISTENCIA** Os alumnos con "dispensa académica de exención de asistencia" requiriráselles unha presentación oral (10% da puntuación), un traballo escrito final (40% da puntuación) e un exame (50% da puntuación). O traballo práctico deberá traballarse de forma autónoma. Os alumnos con dispensa poderán defender oralmente o seu proxecto de forma en liña se así o solicitan. Para superar a asignatura deberá acadarse no exame final un mínimo de 2,5 puntos sobre 5, así como na parte práctica (presentación oral e traballo escrito) un mínimo de 2,5 puntos sobre 5. A nota final será a suma de ambas partes.

OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN

a) **PRIMEIRA E SEGUNDA OPORTUNIDADE** Para aprobar a materia os alumnos deberán aprobar tanto o exame final coma o traballo final cun mínimo de 2,5 sobre 5 para cada unha das partes mencionadas. O mínimo para aprobar é de 5 puntos resultante da sumada das dúas partes. No caso de suspender algunha das dúas partes, na acta reflectirase a nota da parte suspensa avaliada aplicando unha escala de 0 a 10. No caso de suspender as dúas partes, na acta reflectirase aquela con maior puntuación nunha escala de 0 a 10. O sistema e as datas oficiais de avaliación aplicaranse a todo o estudantado da materia, incluíndo estudantado Erasmus e de intercambio. Os alumnos que superaron a materia non poderán acudir á segunda oportunidade para subir nota. Os criterios de avaliación para a segunda oportunidade serán os mesmos que os da primeira. Quen non superara a materia na primeira oportunidade deberá rexer polos seguintes criterios:

a) Aprobado o proxecto e suspenso o exame. Os alumnos deberán repetir o exame (50% da nota). Estes alumnos poderán presentar novamente o proxecto, doutro xeito, manterase a nota obtida na primeira oportunidade. O proxecto para entregar na segunda oportunidade deberá respectar os contidos demandados na primeira oportunidade e non será defendido oralmente. O peso ponderado do proxecto será do 50%.

b) Suspenso o proxecto e aprobado o exame. O proxecto para entregar na segunda oportunidade deberá respectar os contidos demandados na primeira oportunidade e non será defendido oralmente. O peso ponderado do proxecto será do 50%. Os estudantes poderán repetir o exame (50% da nota), doutro xeito, manterase a nota obtida na primeira oportunidade.

c) Suspenso o proxecto e o exame. Deberán repetirse ambas as partes. O proxecto para entregar na segunda oportunidade deberá respectar os contidos demandados na primeira oportunidade e non será defendido oralmente. O peso ponderado do proxecto será do 50%. O do exame será do 50%.

Para a oportunidade adiantada, a avaliación será un exame tipo test (proba obxectiva de resposta múltiple) (100% nota) con varias alternativas de resposta, onde os erros penalizarán.

Fontes de información

Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none"> - Ramadan, S. (2017). Omnichannel marketing . CreateSpace Independent Publishing Platform - Palmatier, W., Sivadas, E., Stern, L.W. (2020). Marketing channel strategy: an omnichannel approach. New York: Routledge - Ozuem, W., Pattern, E., Azemi, Y. (2020). Harnessing omnichannel marketing strategies for fashion and luxury brands. Boca Ratón: Brown Walker Press/Universal Publishers - Piotrowicz, W., Cuthbertson, R. (2019). Exploring omnichannel retailing . Oxford: Springer - Diserhan, T. (2020). Managing customer experiences in an omnichannel world. Business science reference - Ozuem, W., Pattern, E., Azemi, Y. (2020). Harnessing omnichannel marketing strategies for fashion and luxury brands. Boca Ratón: Brown Walker Press/Universal Publishers - Cabigiosu, A. (2020). Digitalization in the luxury fashion industry. Springer
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Márketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012

Tendencias Globais en Moda: Transformación Dixital e Sustentabilidade/710G03008

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