



Guía Docente				
Datos Identificativos			2020/21	
Asignatura (*)	Distribución Comercial		Código	611G02030
Titulación				
Descriptorios				
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		Correo electrónico	marta.reyg@udc.es
	Salido Andrés, Noelia			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 súa relación coa economía circular			



Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios
	2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen ? Sesión maxistral (realizarase de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Sesións interactivas para desenvolver e presentar estudos de caso (realizarase de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Seminarios (realizarase de forma virtual, preferiblemente a través de Teams) ? Proba de resposta múltiple (realizarase de forma virtual, preferiblemente a través de Moodle) *Metodoloxías docentes que se modifican ? Se elimina o requisito de asistencia a partir da suspensión da actividade presencial 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado ? Moodle: 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 4. Modificacións na avaliación Non se realizarán cambios *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. 1. SITUACIÓNS: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente 2. REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA: Mantéñense os mesmos que figuran na guía docente 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non se realizarán cambios.

Competencias do título

Código	Competencias do título
--------	------------------------

Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias 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 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 reinvencción 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	Orixe, importancia e conceptos básicos Xestión da cadea de suministro e KPIs Funcións e áreas da loxística Loxística inversa Xestión loxística: niveis de servizo 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	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	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 obxecto 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, incluídas 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 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.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición



Estudo de casos Seminario	A atención personalizada mediante tutorías individuais e tutorías 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 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. 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	Descrición	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, incluídas 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. Facilitarase 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	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. 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 individuais como de presentación e discusión de traballos de equipo. Os contidos de todos os proxectos prácticos en equipo serán polo tanto avaliados. É importante que os estudantes aborden o estudo individual dos contidos apoiándose en todos os materiais dispoñibles 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 É importante complementar esos materiais coa revisión individual polos estudantes dos manuais recomendados da asignatura para aclarar calquera dúbida	60
----------------------------	--------------------------	--	----

Observacións avaliación

Os devanditos criterios de avaliación aplicarán tanto á primeira como á segunda oportunidade, e incluírán aos estudantes 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 unicamente se presentaron a actividades que en conxunto supoñan menos do 20% da nota final. A avaliación 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 houberse un alumno que queira presentarse á convocatoria adiantada de decembro, para superar esta materia aplicaráselle os mesmos criterios que na segunda oportunidade. Neste caso, é dun 60% no exame e 40% da puntuación obtida na avaliación continua. Seguindo a normativa aprobada pola Xunta do Centro, está prohibido acceder á aula na que se desenvolvan as distintas probas de avaliación con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información (teléfonos e outros dispositivos móbiles, 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 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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías