Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

G922 - Distribución Comercial

Grado en Administración y Dirección de Empresas
Optativa. Curso 4

Curso Académico 2016-2017

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Grado en Administración y Dirección de Empresas			Tipología y Curso	Optativa. Curso 4
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	MATERIA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MENCION DE MARKETING MÓDULO DE FORMACIÓN EN MARKETING OPTATIVAS DE G-ADE				
Código y denominación	G922 - Distribución Comercial				
Créditos ECTS	6	Cuatrimestre	Cuatrimestral (1)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Profesor responsable	ANDREA PEREZ RUIZ
E-mail	andrea.perezruiz@unican.es
Número despacho	Fac. de Derecho y Fac. de CC Economicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E249)
Otros profesores	LUIS VELLIDO ESCUDERO

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS

Competencias Genéricas	Nivel
(Organizar-planificar). Capacidad de organización y planificación. Consiste en adquirir aptitudes para observar, evaluar y plantear propuestas para establecer pautas de organización y planificar actuaciones futuras de acuerdo con unos criterios preestablecidos.	1
(Resolver) Capacidad para resolución de problemas. Se entiende por tal, la identificación, análisis y definición de los elementos significativos que constituyen un problema o aspecto a mejorar para resolverlo con criterio y de forma efectiva.	1
(Comunicar) Comunicación oral y escrita en lengua inglesa. Consiste en la aptitud para saber transmitir eficazmente en lengua inglesa a la audiencia lo que se desea. El estudiante deberá ser capaz de elaborar y redactar informes en inglés, además de adquirir cualidades para conseguir una exposición oral adecuada.	1
(Cooperar) Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece.	1
Competencias Específicas	**Nivel**
(Dirigir, gestionar) Dirigir y gestionar una empresa u organización y/o áreas funcionales de la misma. El grado en Dirección de empresas debe poseer las aptitudes y actitudes necesarias para coordinar y dirigir hacia los objetivos planteados en un área de la organización o la organización en su conjunto.	1
(Emprender) Iniciativa y espíritu emprendedor. Capacidad consistente en poseer el impulso suficiente para plantear iniciativas y poner en marcha proyectos de carácter empresarial.	1
(Diseñar política comercial) Capacidad para diseñar la política comercial de la empresa. El alumno será capaz de conocer la importancia de la investigación de mercados y la comunicación en el diseño de la política comercial de la empresa.	1

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Con el desarrollo de la asignatura de distribución comercial se pretende que el estudiante adquiera las nociones básicas para gestionar la política de distribución comercial de empresas pertenecientes al canal de distribución, sobre todo en el caso del comercio mayorista y detallista.

4. OBJETIVOS

- Conocer la estructura de distribución comercial y su papel en la economía
- Analizar la evolución de los canales de distribución
- Diferenciar los diferentes niveles del canal de distribución, así como las distintas modalidades de venta existentes
- Estructurar la decisión de distribución a través de comercio electrónicp
- Gestionar la localización, surtido, marca de distribuidor y política de precio de una empresa minorista

5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES	
ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
ACTIVIDADES PRESENCIALES	
HORAS DE CLASE (A)	
- Teoría (TE)	35
- Prácticas en Aula (PA)	25
- Prácticas de Laboratorio (PL)	
- Horas Clínicas (CL)	
Subtotal horas de clase	60
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
- Tutorías (TU)	4
- Evaluación (EV)	3.5
Subtotal actividades de seguimiento	7.5
Total actividades presenciales (A+B)	67.5
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
Trabajo en grupo (TG)	50.5
Trabajo autónomo (TA)	32
Tutorías No Presenciales (TU-NP)	
Evaluación No Presencial (EV-NP)	
Total actividades no presenciales	82.5
HORAS TOTALES	150

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

	CONTENIDOS	TE	PA	PL	CL	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP	Semana
1	BLOQUE TEMÁTICO 1: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Tema 1. Introducción a la distribución comercial Tema 2. Análisis de los canales de distribución Tema 3. Naturaleza, funciones y tipos de empresas mayoristas y minoristas Tema 4. Internet y comercio electrónico	15,00	10,00	0,00	0,00	1,50	1,50	18,00	12,00	0.00	0.00	6
2	BLOQUE TEMÁTICO 2: POLÍTICAS DE MARKETING EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Tema 5. Localización de las empresas detallistas Tema 6. Decisiones de surtido y estrategias de marca del distribuidor Tema 7. Estrategias y política de precios de la empresa detallista Tema 8. Gestión del punto de venta	20,00	15,00	0,00	0,00	2,50	2,00	32,50	20,00	0.00	0.00	9
TOTAL DE HORAS		35,00	25,00	0,00	0,00	4,00	3,50	50,50	32,00	0.00	0.00	

Esta organización tiene carácter orientativo.

TE	Horas de teoría
PA	Horas de prácticas en aula
PL	Horas de prácticas de laboratorio
CL	Horas Clínicas
TU	Horas de tutoría
EV	Horas de evaluación
TG	Horas de trabajo en grupo
TA	Horas de trabajo autónomo
TU-NP	Tutorías No Presenciales
EV-NP	Evaluación No Presencial

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examenes bloque 1 y 2	Examen escrito	No	Sí	50,00

Calif. mínima	4,00
Duración	
Fecha realización	Al finalizar cada bloque
Condiciones recuperación	Examen individual (convocatoria de septiembre)
Observaciones	

Trabajo en equipo	Trabajo	No	Sí	40,00

Calif. mínima	0,00
Duración	
Fecha realización	Cuatrimestre
Condiciones recuperación	
Observaciones	

Presentación oral	Otros	No	No	10,00

Calif. mínima	0,00
Duración	
Fecha realización	cuatrimestre
Condiciones recuperación	
Observaciones	

TOTAL	100,00

Observaciones

- La nota de 'Exámenes bloques 1 y 2' será la media de las notas logradas en los dos exámenes.
- La nota de “Trabajos prácticos” será la media de las notas logradas en dichos trabajos.
- La nota de “Presentación oral” será la media de las notas logradas en las presentaciones individuales.
- El estudiante superará la asignatura cuando la puntuación global, derivada de las anteriores evaluaciones, sea igual o superior a 5 (máxima de 10). Importante: es requisito imprescindible que la nota media conjunta de los “Exámenes bloques 1 y 2” sea igual o superior a 4
- En caso de no superarse la asignatura, el estudiante se someterá a un examen teórico de recuperación, manteniéndose la puntuación obtenida durante el curso en el trabajo en grupo y la presentación oral. Esta prueba se celebrará en día y hora establecidos oficialmente en la convocatoria de septiembre.

Observaciones para alumnos a tiempo parcial

El estudiante se someterá a un examen final escrito que abarcará la totalidad del programa y que se celebrará en día y hora establecidos oficialmente en la convocatoria ordinaria de febrero (puntuación máxima de 10). Si no se supera la asignatura en dicha convocatoria, el estudiante acudirá en las condiciones anteriores al periodo de septiembre.

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

VÁZQUEZ CASIELLES, R. y TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, J. (2006): Estrategias de Distribución Comercial. Thomson, Madrid.

Complementaria
CASARES, J. Y REBOLLO, A. (2005). Distribución comercial. 2ª edición. Ed. Thomson-Civitas. 3ª Edición. CASARES, J.; BRIZ, J.; REBOLLO, A. Y MUÑOZ, P. (1987): La economía de la distribución comercial. Ariel Economía. COLLADO AGUDO, J. (2004): "La estructura de las relaciones comerciales entre fabricantes y distribuidores en canales de distribución: un enfoque basado en la teoría de economía política". Tesis Doctoral, Universidad de Cantabria (disponible en http://www.tesisenred.net/tdr-1024106-105458/index_cs.html). COLLADO AGUDO, J.; RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I. (2007): "Influencia de las características de la relación sobre la percepción de los resultados económicos en relaciones fabricantedistribuidor: el caso de Bimbo Martinez". Revista Española de Investigación de Marketing, Vol. 11, nº 2, 2007, pp. 7-36. COLLADO AGUDO, J.; RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.; VÁZQUEZ CASIELLES, R. (2006): "La naturaleza de las relaciones comprador-vendedor en el canal de distribución". Cuadernos Aragoneses de Economía, Vol. 16, nº1, pp. 233-260. COLLADO AGUDO, J.; RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.; VÁZQUEZ CASIELLES, R. (2006): "La estructura de las relaciones comerciales entre fabricantes y distribuidores: propuesta de un modelo integrador desde la perspectiva del distribuidor". Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 15, nº1, pp. 143-162. DÍEZ DE CASTRO, E. (2004): Distribución Comercial. Ed. Mc Graw Hill DÍEZ DE CASTRO, E.C.; LANDA, F.J. (2006): Merchandising: teoría y práctica. Esic Editorial, Madrid. MIQUEL, S.; PARRA, F.; L'HERMIE, C. y GUERRERO, M.J. (1999): Distribución Comercial. 3ºEdición. Esic Editorial. RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I. (2000): Hábitos de compra en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Consejería de Economía y Hacienda. Gobierno de Cantabria. Servicio de Publicaciones Universidad de Cantabria. RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.; COLLADO AGUDO, J.; SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H. (2006): "Determinants of social and economic satisfaction in manufacturer-distributor relationships". Industrial Marketing Management, Vol. 35, pp.666-675 SAINZ DE VICUÑA, J.M. (1996): La Distribución Comercial: Opciones Estratégicas. Esic Editorial. Madrid. SALEN, H. (1987): Distribución y Merchandising: Factores Clave del éxito. Distribución Consulting. STERN, L.; EL-ANSARY, A.I. Y BROWN, J.R. (1989): Management in Marketing Channels. Prentice Hall International Editions. STERN, L.W.; El-ANSARY, A.I.; COUGHLAN, A.T.; CRUZ, I. (1999): Canales de Comercialización, 5ª Edición. Ed. Prentice Hall Iberia

9. SOFTWARE

PROGRAMA / APLICACIÓN	CENTRO	PLANTA	SALA	HORARIO

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS

☐ Comprensión escrita ☐ Comprensión oral
☐ Expresión escrita ☐ Expresión oral
☐ Asignatura íntegramente desarrollada en inglés

Observaciones