

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

G922 - Distribución Comercial

Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Economía
Grado en Administración y Dirección de Empresas

Curso Académico 2021-2022

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Economía			Tipología v Curso	Optativa. Curso 5 Optativa. Curso 4
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	MATERIA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MÓDULO DE FORMACIÓN EN MARKETING				
Código y denominación	G922 - Distribución Comercial				
Créditos ECTS	6	Cuatrimestre	Cuatrimestral (1)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	Sí	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	ANDREA PEREZ RUIZ				
E-mail	andrea.perezruiz@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E249)				
Otros profesores	ANGEL AGUDO SAN EMETERIO				

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Con el desarrollo de la asignatura de distribución comercial se pretende que el estudiante adquiriera 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 el concepto y la evolución de los canales de distribución en mercados desarrollados
- Diferenciar los diferentes niveles del canal de distribución, así como las distintas modalidades de venta existentes
- Estructurar la decisión de distribución a través de canales físicos y de comercio electrónico
- Gestionar la localización, surtido, política de precios y comunicación de una empresa minorista

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	<p>BLOQUE TEMÁTICO 1: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL</p> <p>Tema 1. Concepto, funciones y relaciones en los canales de distribución</p> <p>Tema 2. Análisis de los canales de distribución</p> <p>Tema 3. Naturaleza, funciones y tipos de empresas mayoristas y minoristas</p> <p>Tema 4. Internet y comercio electrónico</p>
2	<p>BLOQUE TEMÁTICO 2: POLÍTICAS DE MARKETING EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL</p> <p>Tema 5. La localización de las empresas detallistas</p> <p>Tema 6. Decisiones de surtido y estrategias de marca del distribuidor</p> <p>Tema 7. Política de precios para las empresas detallistas</p> <p>Tema 8. Merchandising y gestión del punto de venta</p>

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Exámenes parciales	Examen escrito	No	Sí	50,00
Trabajos en equipo	Trabajo	No	Sí	30,00
Prácticas en el aula	Evaluación en laboratorio	No	No	20,00
TOTAL				100,00

Observaciones

- La nota de 'Exámenes parciales' será la media de las notas logradas en los dos exámenes que se realizarán al finalizar el Bloque I y el Bloque II de la asignatura. Importante: es requisito imprescindible que la nota media conjunta de los "Exámenes parciales" sea igual o superior a 4.
- La nota de "Trabajos en equipo" será la media de las notas logradas en las dos presentaciones que se realizarán al finalizar el Bloque I y el Bloque II de la asignatura. Importante: es requisito imprescindible que la nota media conjunta de los "Trabajos en equipo" sea igual o superior a 4.
- La nota de "Prácticas en el aula" será la media de las notas logradas en las diversas actividades entregables que los profesores plantearán a los estudiantes y que se realizarán en diversas sesiones de la asignatura a lo largo del curso académico.
- El estudiante superará la asignatura cuando la puntuación global, derivada de las anteriores evaluaciones, sea igual o superior a 5 (máxima de 10).
- 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 las 'Prácticas en el aula'. Esta prueba se celebrará el día y hora establecidos oficialmente por el Centro para la convocatoria extraordinaria.
- Adaptación al escenario de incertidumbre COVID19: ante la situación incierta de que las medidas de distanciamiento social establecidas por las autoridades sanitarias no permitan desarrollar alguna actividad de evaluación de forma presencial en el aula, dicha actividad se desarrollará de manera online, a través del Aula Virtual (Moodle), respetando en todo momento el contenido y método de evaluación estipulados en esta Guía Docente.

Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial

El estudiante se someterá a un examen teórico que abarcará la totalidad del programa y que se celebrará el día y hora establecidos oficialmente por el Centro para la convocatoria ordinaria (puntuación máxima de 10). Si no se supera la asignatura en dicha convocatoria (evaluación igual o superior a 5), el estudiante acudirá en las condiciones anteriores a la convocatoria extraordinaria.

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

CASTELLANO:

MOLINILLO, S. (2014). Distribución Comercial Aplicada. 2ª edición. Ed. ESIC, Madrid.

ENGLISH:

COUGHLAN, A.; ANDERSON, E.; STERN, L.W. and EL-ANSARY, A.I. (2006). Marketing Channels. 7th edition. Ed. Ergodebooks, Richmond, TX.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.