



### **CENTRO**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.  
(Campus Elviña , A Coruña, Tel.: 981 16 70 00 .

### **ESTUDIOS/TITULACIÓN**

Administración y Dirección de Empresas.

### **DEPARTAMENTO**

Análisis Económico y Administración de Empresas <http://www.udc.es/dep/anaeco/>

### **ÁREA DE CONOCIMIENTO**

Comercialización e investigación de mercados

### **CURSO**

Cuarto

### **PROFESORES RESPONSABLES**

- **Antonio Ramos Pedreira**

Teléfono: 981.167000 - Extensión 2426

E-MAIL: [aramos@udc.es](mailto:aramos@udc.es)

Despacho nº 218 (2ª planta de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales)

- **Tutorías**

- Martes: 10:00 h. - 14:00 h.
- Jueves : 10:00 h. - 12:00 h.

- **Marta Rey García**

Teléfono: 981.167000 -

E-MAIL: [martarey@udc.es](mailto:martarey@udc.es)

Despacho nº 219 bis (2ª planta de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales)

- **Tutorías**

- Viernes: 14:45 h. -18:45 h.

### **MÉTODO DE EXÁMEN\***

Escrito     Oral     Presentación de trabajos

\*El acceso al examen se realizará previa presentación del DNI .

**Fecha exámenes 2007-2008**

- Diciembre: 12 diciembre de 2007 a las 16:00 h.
- Junio: 23 de junio de 2008 a las 16:00 h.
- Septiembre: 9 de septiembre de 2008 a las 16:00 h.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN****OPCIÓN A: EVALUACIÓN CONTINUA**

CRITERIO	%	CONTENIDO
<p align="center"><b><u>CRITERIO 1</u></b></p> <p><b>Asistencia y participación</b></p> <p><b>Trabajos y lecturas recomendadas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪</li> </ul>	<b>40%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Artículos y materiales sobre situaciones, empresas o mercados en relación a sus estrategias de distribución. Se valorarán atendiendo a su presentación oral/escrita, estructura, razonamiento, documentación y creatividad, con especial atención a las conclusiones y recomendaciones. (Máximo 4 alumnos por grupo)</li> </ul>
<p align="center"><b><u>CRITERIO 2</u></b></p> <p><b>EXÁMEN FINAL</b></p>	<b>60%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Preguntas tipo test (filtro) y de breve desarrollo</li> </ul>

\* Entre ambas partes (1 y 2) se hará la media.

**OPCIÓN B: EXÁMEN FINAL**

El examen final se puntúa sobre 10 y esta compuesto de 2 partes:

**1. - TEORÍA:** Preguntas tipo test y de breve desarrollo. **Valor: 6 puntos**

**2. PREGUNTAS CORTAS** acerca de, empresas o mercados en relación a sus estrategias de distribución. **Valor: 4 puntos**

Los alumnos que durante el curso hayan obtenido 5 o más puntos sobre 10 en CRITERIO 1 no realizan esta parte.

Para superar la asignatura es necesario tener aprobadas ambas partes.

**FICHA**

Es obligatorio entregar la ficha del alumno debidamente cumplimentada.

## **OBJETIVO GENERAL DEL CURSO**

- Valorar la importancia de la variable distribución y su carácter estratégico, como fuente de ventaja competitiva..
- Conocer las diferentes estructuras de comercialización existentes y las diferentes clasificaciones de los intermediarios.
- Conocer las características de los diferentes formatos de comercio que integran un sistema comercial.
- Conocer las herramientas comerciales sobre las que se construye una estrategia de distribución comercial exitosa.
- Analizar las decisiones de surtido, estrategias de marca de distribuidor, precios, logística y merchandising de las empresas detallistas.
- Describir la situación actual y futuras tendencias de la distribución con especial referencia a los fenómenos de concentración e internacionalización de la distribución comercial

## **PROGRAMA CONTENIDOS**

### **PARTE 1**

#### **TEMA 1: MARCO TEÓRICO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**

- Fuentes de información y aspectos básicos
- La distribución comercial y su papel en la economía y la sociedad
- Funciones de la distribución comercial
- Los canales de distribución
- Tendencias de la distribución comercial

#### **TEMA 2: DISEÑO Y ELECCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

- Análisis de la empresa y de sus clientes en el canal de distribución
- Establecimiento de los objetivos del canal de distribución
- Restricciones del canal
- Identificación de las alternativas del canal
- Evaluación de las principales alternativas del canal
- Selección definitiva del canal
- Seguimiento del canal de distribución

**TEMA 3: DINÁMICA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

- Integración
- Outsourcing
- Sistemas de distribución multicanal
- Las relaciones internas del canal de distribución.

**TEMA 4: FORMATOS COMERCIALES:**

- Fabricantes y mayoristas
- Minoristas

**TEMA 5: ASPECTOS ÉTICOS Y LEGALES DEL COMERCIO MINORISTA**

- Normas éticas y legales

**PARTE 2**

**TEMA 6: ESTRATEGIA DE LOGÍSTICA MINORISTA**

- Introducción y actividades de la función logística en la empresa.
- Diseño del sistema logístico
- Sistemas de almacenamiento, control y manipulación de mercancías
- Costes logísticos
- Gestión de stocks
- Valoración de existencias / Análisis del periodo medio de maduración
- Gestión del transporte
- Calidad y subcontratación en la función logística. Rediseño de cadenas logísticas: el sistema de respuesta al consumidor (ERC)
- Gestión logística en el punto de venta

**TEMA 7: MERCHANDISING**

- Introducción y concepto
- Disposición del punto de venta
- Merchandising sensorial
- Animación del punto de venta
- Promociones de ventas
- El surtido: concepto, gestión y codificación
- Gestión del espacio del lineal
- Gestión de colas
- E-merchandising

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Básica:**

- VÁZQUEZ CASIELLES, R, TRESPALACIOS GUTIERREZ JUAN A.. Estrategias de distribución comercial. Ed. Thomson. 2006.
- DÍEZ DE CASTRO, E.C., LANDA BERCEBAL, F.J., NAVARRO GARCÍA, A. (2006): Merchandising. Teoría y Práctica. Pirámide, Madrid.

### **Complementaria:**

- VÁZQUEZ CASIELLES, R. y TRESPALACIOS, J.. Distribución Comercial: Estrategias de fabricantes y detallistas. Editorial Civitas. Madrid.
- MIGUEL PERIS, S., PARA GUERRERO, F. Y OTROS. Distribución comercial. ESIC. 2006
- CASARES RIPOL, J. y REBOLLO, A.. Distribución Comercial. Civitas, Madrid.
- STERN, L- EL ANSARY, A; COUGHLAN, A. y CRUZ, I. Canales de Comercialización. Prentice- Hall.
- DIEZ DE CASTRO, E. Distribución Comercial. Editorial McGraw - Hill. Madrid.
- SAINZ DE VICUÑA, J.M. Distribución Comercial: opciones estratégicas. ESIC. Madrid.
- LÓPEZ FERNÁNDEZ, RODRIGO (2004):Logística comercial, Thomson Paraninfo, Madrid.