



**UNIVERSIDADE DA CORUÑA**  
**DISTRIBUCIÓN COMERCIAL 2009-2010**

**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**

▪ **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: Jueves 17:45-18:45

▪ **Marta Rey García**

Teléfono: 981.167000 - Extensión 2435

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

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

- Tutorías: Lunes: 17:45-18:45

**FICHA**

Recomendable entregar la ficha del alumno debidamente cumplimentada. Plazo: 29-10-2010

## METODOLOGÍA

**Clases teóricas:** Exposición de los contenidos de la asignatura fomentando la participación del alumnado a través de discusiones, ejemplos y preguntas concretas relacionadas con los conceptos desarrollados.

**Casos prácticos y lecturas recomendadas** Artículos y materiales sobre situaciones, empresas o mercados en relación a sus estrategias de distribución. En cada tema se propondrá una actividad práctica (individual o en grupo).

**Elaboración de un proyecto final:** A lo largo del cuatrimestre, los alumnos elaborarán y presentarán un proyecto final sobre uno de los temas propuestos por el profesor.

Dicha investigación se realizará en grupo.

- *Formación de los grupos.* El número de componentes de cada grupo será de cinco personas como máximo. Después de la primera de las reuniones de tutorización no habrá posibilidad ni de integrarse en grupos ya formados ni de formar nuevos grupos.

Fecha límite de entrega del proyecto: 21 de mayo de 2010.

- *Exposición oral de los trabajos y réplicas.* La última semana del cuatrimestre (1 al 4 junio) se dedicará a la presentación pública de los trabajos realizados Al objeto de fomentar el espíritu crítico entre los alumnos, la mitad de los grupos expondrán el trabajo elaborado y la otra mitad se constituirán como grupos de réplica.

## PROGRAMA

### OBJETIVOS

- 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

## **CONTENIDOS**

### **PARTE 1: Profesor: Antonio Ramos Pedreira**

#### **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
- 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

**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

**MÉTODO DE EXÁMEN\***

Escrito     Oral    Presentación de trabajos

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

**Fecha exámenes 2009-2010**

- Junio: 10 junio 2010 16:00 h.
- Septiembre: 15 septiembre 16:00 h.
- Diciembre: 16 diciembre 2009 16:00 h.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA JUNIO

CRITERIO	%	CONTENIDO
EVALUACIÓN CONTINUA	30%	<ul style="list-style-type: none"><li>Asistencia a clase /tutorías y participación activa en el aula. (Calificación: Hasta 3 puntos)</li><li>Casos prácticos y lecturas recomendadas (individuales y/o en grupo). Se evaluará la preparación y/o presentación de las distintas prácticas propuestas por el profesor a lo largo del cuatrimestre, así como la participación en su discusión. (Calificación: Hasta 3 puntos)</li><li>Proyecto final</li></ul> <p>La evaluación del proyecto se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Presentación escrita del proyecto: se prestará especial atención a la bibliografía e información utilizada, contenido, coherencia, creatividad, así como a las conclusiones y recomendaciones (Calificación: hasta 3 puntos)</li><li>Presentación oral del trabajo / Réplica (grupos seleccionados por el profesor). (Calificación: hasta 1 punto)</li></ul> <p>Además, los propios alumnos decidirán cuáles son los dos mejores trabajos expuestos mediante votación individual. El grupo que obtenga más votos será recompensado con puntos en la calificación otorgada por el profesor en la evaluación continua. El segundo con 1 punto.</p>
EXAMEN FINAL	70%	El examen contendrá preguntas tipo test (filtro eliminatorio) y/o preguntas de breve desarrollo teórico-prácticas relacionadas con el contenido de las clases impartidas, los casos prácticos, el material docente y las presentaciones orales de los proyectos de fin de curso.

**Ejemplo evaluación:** Un alumno obtiene en la evaluación continua una nota de 3 puntos (sobre 10) y en el examen final obtiene un 6 (sobre 10)

- La nota final sería:  $3 \times 0,30 + 6 \times 0,7 = 0,9 + 4,2 = 5,1$

### CONVOCATORIAS SEPTIEMBRE Y DICIEMBRE

Para las convocatorias de septiembre y diciembre no se conserva la nota de la evaluación continua obtenida en la convocatoria de junio.

El examen de estas convocatorias contendrá preguntas tipo test (filtro eliminatorio) y/o preguntas de breve desarrollo teórico-prácticas relacionadas con la bibliografía básica, y en especial con el contenido de las clases impartidas, los casos prácticos realizados en clase, el material docente entregado y las presentaciones orales de los proyectos fin de curso.

## **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.
- En el servicio de reprografía se depositará material docente. Este material no es más que una "pequeña ayuda" para facilitar al alumno el seguimiento de las clases. Dicho material será comentado y ampliado en clase, por ello se recomienda asistencia.

### **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.