

GUÍA DOCENTE 2011-2012

ASIGNATURA 611211407 Distribución Comercial

ESTUDIOS/TITULACIÓN

Administración y Dirección de Empresas (título non EEES)

Departamento: Análisis Económico y Administración de Empresas

Área de Conocimiento: Comercialización e investigación de mercados

CURSO

Cuarto (2º cuatrimestre)

PROFESOR

- Antonio Ramos Pedreira

Teléfono: 981.167000 - Extensión 2426

E-MAIL: aramos@udc.es

Despacho nº 220 (2ª planta)

- Tutorías: Martes 11:30 - 13:00

Horarios

4º A. (A-L) Miércoles 17:30-18:30 y Jueves 18:30-20:30

4º B. (M-Z) Jueves 9:30 - 10:30 y Viernes 11:30- 13:30

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 trabajo final: A lo largo del cuatrimestre, los alumnos deben elaborar y presentar un proyecto sobre uno de los temas propuestos por los profesores.

Dicha trabajo se realizará en grupo.

- *Formación de los grupos.* Número componentes será de 4 alumnos como máximo.

- *Exposición oral de los trabajos y réplicas.* La última semana del cuatrimestre se dedicará a la presentación pública de los trabajos realizados

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 y 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 Y MERCHANDISING

LOGÍSTICA

- *Gestión de la cadena de suministro e introducción a la función logística en la empresa.*
- *Diseño del sistema logístico: costes logísticos y niveles de servicio.*
- *Sistemas de almacenamiento, manipulación y transporte de mercancías: gestión de stocks y gestión del transporte.*
- *Gestión logística en el punto de venta minorista. Aplicaciones de las nuevas TICs*

MERCHANDISING

- *Introducción y concepto.*
- *Disposición del punto de venta.*
- *El surtido: concepto, gestión del lineal y codificación.*
- *Merchandising sensorial y animación del punto de venta.*
- *Promociones de ventas.*

MÉTODO DE EXÁMEN*

Escrito Oral Presentación de trabajos

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

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA JUNIO

CRITERIO	%	CONTENIDO
EVALUACIÓN CONTINUA	30%	<ul style="list-style-type: none">Asistencia a clase / tutorías, presentación oral de prácticas y trabajos, así como la participación activa en el aula (Calificación: Hasta 4 puntos)Presentación escrita de casos prácticos y lecturas recomendadas (individuales y/o en grupo). (Calificación: Hasta 3 puntos)Presentación escrita proyecto final (Calificación: hasta 3 puntos). <p>La evaluación de los casos, lecturas y proyecto se realizará de acuerdo a los siguientes criterios: bibliografía, e información utilizada, contenidos, coherencia, creatividad, así como las conclusiones, recomendaciones.</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 depositado en reprografía o en la plataforma virtual moodle 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.
- "La distribución comercial en España", monográfico del Boletín Económico del ICE. (Información Comercial Española), 2011 www.revistasice.com
- DÍEZ DE CASTRO, E.C., LANDA BERCEBAL, F.J., NAVARRO GARCÍA, A. (2006): Merchandising. Teoría y Práctica. Pirámide, Madrid.
- En la plataforma virtual moodle de la UDC y/o 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.