

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ADE + DERECHO CURSO 2010-2011**CENTRO**

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

ESTUDIOS/TITULACIÓN

Administración y Dirección de Empresas (ADE) + Derecho.

DEPARTAMENTO

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

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e investigación de mercados

CURSO

Sexto

CRÉDITOS

3 créditos teóricos y 1,5 créditos prácticos (sistema ECTS)

PROFESORES

- **Prof. Dra. Marta Rey García (30 horas)**

Teléfono: 981.167000 - Extensión 2435

E-MAIL: martarey@udc.es

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

- Tutorías: Lunes: 10:00-11:00

- **Prof. Antonio Ramos Pedreira (15 horas)**

Teléfono: 981.167000 - Extensión 2426

E-MAIL: aramos@udc.es

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

- Tutorías: Jueves 17:30-18:30

HORARIOS

Lunes de 16,30 a 18,30; martes de de 15,30 a 16,30

FICHA

Recomendable entregar la ficha del alumno debidamente cumplimentada. Plazo: 29-10-2011

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, lecturas recomendadas y proyectos: análisis de artículos y materiales sobre situaciones, empresas o mercados en

relación a sus estrategias de distribución o sobre temáticas determinadas por los profesores que los alumnos preparan de manera individual o en grupo (4 alumnos máximo, estables para la totalidad del cuatrimestre) para su presentación oral en el aula y/o entrega por escrito.

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.
- Conocer el entorno legal en el que se desarrolla la distribución comercial y sus implicaciones éticas.

CONTENIDOS

PARTE 1: Profesor: Prof. Dra. Marta Rey García

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
- Funciones de 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 y conflictos del canal
- Identificación de las alternativas del canal
- Selección y evaluación de las principales alternativas del canal

TEMA 3: DINÁMICA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Integración
- Sistemas de distribución multicanal
- Las relaciones internas del canal de distribución
- La distribución de servicios

TEMA 4: FORMATOS COMERCIALES:

- Fabricantes y mayoristas
- Minoristas

TEMA 5: 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

TEMA 6: LOGÍSTICA

- Gestión de la cadena de suministro: 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 y gestión de transportes
- 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 minorista

PARTE 2: Profesor: Prof. Antonio Ramos Pedreira

TEMA 7: ASPECTOS ÉTICOS Y LEGALES DEL COMERCIO MINORISTA

- Aspectos éticos y normas legales

EXAMEN

Fecha exámenes 2010-2011

- Diciembre: 1 diciembre 2010 16:00 h.
- Febrero: 4 febrero 2011 16:00 h.
- Septiembre: 7 septiembre 2011 16:00 h.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA FEBRERO

CRITERIO	%	CONTENIDO
EVALUACIÓN CONTINUA	30%	<ul style="list-style-type: none">• Asistencia a clase /tutorías y participación activa en el aula. (Calificación: Hasta 3 puntos)• Casos prácticos, lecturas recomendadas y proyectos (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. Se prestará especial atención a la bibliografía e información utilizada, contenido, coherencia, concisión, creatividad, así como a las conclusiones y recomendaciones.

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 de los casos prácticos y proyectos.
---------------------	------------	---

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)

- o 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 febrero. 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 casos prácticos y proyectos.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Básicos:

- o VÁZQUEZ CASIELLES, R, TRESPALACIOS GUTIERREZ JUAN A.. Estrategias de distribución comercial. Ed. Thomson. 2006.
- o "La distribución comercial en España en 2009", monográfico del *Boletín Económico del ICE (Información Comercial Española)*, nº 2993, julio 2010 www.revistasice.com
- o DÍEZ DE CASTRO, E.C., LANDA BERCEBAL, F.J., NAVARRO GARCÍA, A. (2006): *Merchandising. Teoría y Práctica*. Pirámide, Madrid.
- o En el servicio de reprografía/facultad virtual 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.

Complementarios

- o Revista *Distribución Actualidad* www.distribucionactualidad.com
- o Revista *Distribución y Consumo* y otras publicaciones de MERCASA www.mercasa.es
- o Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) www.anged.es
- o Asociación Española de Centros Comerciales (AECC) www.aedecc.com
- o Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC) www.aecoc.es
- o VÁZQUEZ CASIELLES, R. y TRESPALACIOS, J.. *Distribución Comercial: Estrategias de fabricantes y detallistas*. Editorial Civitas. Madrid.
- o MIGUEL PERIS, S., PARA GUERRERO, F. Y OTROS. *Distribución comercial*. ESIC. 2006
- o CASARES RIPOL, J. y REBOLLO, A.. *Distribución Comercial*. Civitas, Madrid.
- o STERN, L- EL ANSARY, A; COUGHLAN, A. y CRUZ, I. *Canales de Comercialización*. Prentice- Hall.
- o DIEZ DE CASTRO, E. *Distribución Comercial*. Editorial McGraw - Hill. Madrid.
- o SAINZ DE VICUÑA, J.M. *Distribución Comercial: opciones estratégicas*. ESIC. Madrid.
- o LÓPEZ FERNÁNDEZ, RODRIGO (2004): *Logística comercial*, Thomson Paraninfo, Madrid.