

## 27626 - Decisiones sobre distribución comercial

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2023/24

**Asignatura:** 27626 - Decisiones sobre distribución comercial

**Centro académico:** 109 - Facultad de Economía y Empresa

**Titulación:** 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

**Créditos:** 6.0

**Curso:** 3

**Periodo de impartición:** Segundo semestre

**Clase de asignatura:** Obligatoria

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura tiene como objetivo principal que el estudiante aprenda a tomar decisiones en distribución comercial en la empresa y en el entorno económico considerando la misma como una variable de marketing controlable por las organizaciones. El objetivo general es que el alumno se familiarice con los términos, las alternativas estratégicas, las decisiones relativas y las consecuencias previsibles sobre distribución comercial.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas en la asignatura contribuirán al logro de los objetivos ODS 4 Educación de calidad, ODS 5 Igualdad de género, ODS 8 Crecimiento económico, empleo y trabajo decente, y ODS 12, Producción y consumo responsables.

### 2. Resultados de aprendizaje

RA1. Conocer la naturaleza de la distribución comercial, sus orígenes, su importancia, su evolución y su actualidad.

RA2. Conocer los sistemas de distribución comercial y sus componentes.

RA3. Conocer los distintos formatos comerciales, sus objetivos y fundamentos de diferenciación.

RA4. Conocer los canales de distribución y saber gestionarlos.

RA5. Conocer los métodos de gestión de la fuerza de ventas y sus utilidades.

RA6. Conocer los métodos de localización y de des-localización de los formatos comerciales.

RA7. Conocer los fundamentos de la logística comercial y de su gestión.

RA8. Reconocer políticas interiores y ambientes competitivos en el sector de la distribución comercial.

RA9. Transmitir oralmente conocimientos e ideas de distribución comercial y saber defenderlas en público.

### 3. Programa de la asignatura

#### PARTE 1. BÁSICOS

TEMA 1. La Naturaleza de la Distribución Comercial

TEMA 2. El Sistema de Distribución Comercial

TEMA 3. La Oferta de Distribución. Formatos y Sistemas de Venta

#### PARTE 2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

TEMA 4. La Naturaleza de los Canales de Distribución

TEMA 5. La Gestión de los Canales de Distribución

#### PARTE 3. ORGANIZANDO LA DISTRIBUCIÓN

TEMA 6. Organización Espacial y Logística de la Distribución Comercial

TEMA 7. Organización del Comercio Interior

### 4. Actividades académicas

Clases magistrales: 30 horas

Clases prácticas: 30 horas

Estudio Personal: 90 horas

Pruebas Evaluación: 2h

6 ECTS = 150 horas

La metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

### 5. Sistema de evaluación

En la DOS CONVOCATORIAS oficiales, la asignatura se evaluará mediante sistema GLOBAL. Dicho sistema consistirá en:

Realización de una prueba escrita dividida en dos partes:

Parte I: Versará sobre los aspectos teóricos y teórico-prácticos reflejados en el programa de la asignatura. Representa el 60%

(6 puntos) de la calificación final. Se debe obtener una puntuación mínima de 3 puntos sobre los 6 establecidos para sumar la calificación obtenida en la Parte II (P).

Parte II (P): Versará sobre los contenidos desarrollados en las sesiones prácticas de la asignatura a lo largo del semestre. Representa el 40% (4 puntos) de la calificación final. Se debe obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre los 4 establecidos para sumar la calificación obtenida en la Parte I.

Aquellos alumnos que lo deseen pueden anticipar la Parte II realizando todas las actividades propuestas a lo largo del semestre (A). Dichas actividades se realizarán en grupo: taller de desarrollo de comercio digital y/o trabajo de aplicación de los conceptos analizados en la asignatura a una situación real. Se debe obtener una puntuación mínima de 2 puntos sobre los 4 establecidos para sumar la calificación obtenida en la Parte I.

Los alumnos que habiendo realizado A no hayan alcanzado la nota mínima requerida, deberán presentarse a la Parte II del examen global (P) además de a la Parte I. En este caso, prevalece la mejor de las dos calificaciones obtenidas (A o Parte II).

Los alumnos que realicen A podrán, en las dos convocatorias, mantener la nota obtenida, siempre que sea superior al mínimo señalado.

*Criterios de Evaluación:*

Para superar la asignatura se debe obtener una calificación superior a 5 puntos en la suma de T + P o T + A, siendo indispensable superar las calificaciones mínimas establecidas en cada parte. Así, se deben obtener al menos 3 puntos en la parte T, y 2 puntos en las partes P/A.