

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Distribución Comercial I
<b>Titulación</b>	Grado en Marketing
<b>Escuela/ Facultad</b>	Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	1º
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Básica
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Presencial y online
<b>Semestre</b>	2º
<b>Curso académico</b>	2023/2024
<b>Docente coordinador</b>	Víctor Sánchez Franco

## 2. PRESENTACIÓN

Se estudia la importancia de la distribución comercial como variable estratégica del Marketing Mix (placement), para posteriormente analizar los diferentes tipos de intermediarios que participan en el proceso de distribución, su necesidad, y las funciones que desarrollan.

Se estudian igualmente las diferentes estrategias de distribución que existen y las relaciones (colaboración y conflicto) que se producen dentro de los canales de distribución.

Todo lo anterior se apoya en casos prácticos que muestran cual es la realidad actual de la distribución comercial, desde los productos de gran consumo hasta los servicios.

Al terminar la asignatura el alumno será capaz de:

- Analizar y comprender el funcionamiento de un sistema de distribución existente en un mercado.
- Diseñar un sistema de distribución para una marca o empresa en un mercado.
- Gestionar (selección, motivación, control, etc.) de forma profesional el canal de distribución de una marca o producto.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

- CBO1: Conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- CB05: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### Competencias transversales:

- CT05: Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.
- CT08: Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.

**Competencias específicas:**

- CE01: Capacidad para entender la función del marketing y su contribución para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa, y su ubicación dentro de las funciones básicas de la empresa.
- CE02: Capacidad para comprender cómo se deben diseñar acciones de marketing basadas en la óptima utilización del mix de marketing.

**Resultados de aprendizaje:**

- RA1: Analizar y comprender el funcionamiento de un sistema de distribución existente en un mercado.
- RA2: Diseñar un sistema de distribución para una marca o empresa en un mercado.
- RA3: Gestionar (selección, motivación, control, etc.) de forma profesional el canal de distribución de una marca o producto.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CBO1, CB05, CE01	RA1: Analizar y comprender el funcionamiento de un sistema de distribución existente en un mercado
CE02, CT05	RA2: Diseñar un sistema de distribución para una marca o empresa en un mercado.
CT12, CT08	RA3: Gestionar (selección, motivación, control, etc.) de forma profesional el canal de distribución de una marca o producto.

## 4. CONTENIDOS

- Tema 1. El sistema de distribución comercial
- Tema 2. Formatos de distribución comercial
- Tema 3. Estrategias de distribución
- Tema 4. Relaciones entre fabricante y distribuidor

- Tema 5. Localización de la empresa detallista
- Tema 6. Retail merchandising

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

### MODALIDAD PRESENCIAL

- Clases magistrales
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Aprendizaje Basado en proyectos
- Experiencias de campo (por medio de visitas a empresas, instituciones, etc.)

### MODALIDAD A DISTANCIA

- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Aprendizaje Basado en proyectos
- Clases magistrales mediante seminario virtual
- Experiencias de campo (por medio de la visualización de videos, accesos virtuales a registros).

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	15h
Lecciones magistrales asíncronas	10h
Trabajo autónomo	50h
Exposiciones orales	10h
Actividades participativas grupales	30h
Elaboración de informes y escritos	30h
Pruebas de conocimiento	5h
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

### Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	10h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	25h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	30h
Actividades de aplicación colaborativas	20h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales	5h
Trabajo autónomo	40h
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

El porcentaje de presencialidad de 50% indicado en la actividad formativa “cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales” se refiere a la obligatoriedad de presencialidad de la prueba de conocimientos. Los cuestionarios de autoevaluación se realizarán de forma online.

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	40%
Trabajos, individuales (casos, resolución de problemas, ejercicios, etc.)	25%
Trabajos en grupo (proyectos, informes, casos, etc.)	30%
Participación activa en actividades (clase, foros, asistencia a eventos...)	5%

### Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	40%
Trabajos, individuales (casos, resolución de problemas, ejercicios, etc.)	25%
Trabajos en grupo (proyectos, informes, casos, etc.)	30%
Participación activa en actividades (clase, foros, asistencia a eventos...)	5%

En la modalidad online, será necesario obtener un mínimo de 5 en la Prueba de Conocimientos presencial para poder ponderar el resto de actividades realizadas de forma online.

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

En la modalidad online, será necesario obtener un mínimo de 5 en la Prueba de Conocimientos presencial para poder ponderar el resto de actividades realizadas de forma online.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 9-10
Actividad 2	Semana 16-17
Actividad 3	Semana 18-19
Prueba de conocimientos 1	Semana 10
Prueba de conocimientos 2	Semana 19

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Díez de Castro, E. Distribución comercial. McGraw Hill, 2004.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Aparicio, G. y Zorrilla, P. Distribución comercial en la era omnicanal. Piramide, 2015.
- Díez de Castro, E. Distribución comercial. McGraw Hill, 2004.
- Rodríguez –Ardura, I. Marketing digital y comercio electrónico. Piramide, 2014.
- Sainz de Vicuña, J.M. La distribución comercial: opciones estratégicas. ESIC, 2000.
- Underhill, P. Por qué compramos. la ciencia del shopping. Gestión 2000, 2006.
- Vázquez-Casielles, R. y Trespalacios-Gutiérrez, J. Estrategias de distribución comercial. Paraninfo, 2009.

## 10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.