

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Distribución Comercial II
Titulación	Grado en Marketing y Dirección Comercial
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	3º/4º
ECTS	6
Carácter	Optativa
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	6
Curso académico	2024/2025
Docente	Jacob Celso Rodríguez Torres
Docente coordinadora	Himar González Pacheco

2. PRESENTACIÓN

Distribución Comercial II es una asignatura de 6 ECTS orientada a proporcionar al alumnado una comprensión avanzada y actualizada del papel estratégico de la distribución en el ámbito del marketing y la gestión comercial. La asignatura aborda los desafíos y exigencias de una distribución cada vez más profesionalizada, centrada en la mejora de la eficiencia, la colaboración con el canal y la creación de valor para el consumidor.

A lo largo del curso, se analizarán en profundidad temas clave como la dirección comercial del comercio detallista, las decisiones de surtido y marca, las políticas de precios, el trade marketing, el ECR (Respuesta Eficiente al Consumidor), el intercambio electrónico de datos (EDI), así como las principales tendencias futuras del sector. Estos contenidos permitirán al alumnado identificar oportunidades comerciales en entornos globalizados, desarrollar habilidades analíticas y tomar decisiones estratégicas que refuercen la posición de la marca y mejoren la competitividad en el canal de distribución.

La metodología combina clases magistrales con enfoques activos como el método del caso, el aprendizaje cooperativo, el aprendizaje basado en problemas y los entornos de simulación. Estas metodologías buscan potenciar la creatividad, la capacidad de toma de decisiones, el compromiso ético y el trabajo profesional en el ámbito del marketing y las ventas, especialmente en roles como el de Trade Manager.

La asignatura está diseñada para que el alumnado aplique sus conocimientos de forma autónoma y profesional, desarrollando competencias transversales y específicas necesarias para adaptarse al entorno dinámico de la distribución comercial actual.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender 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.
- CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- CT5 - Toma de decisiones: Proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida en diferentes contextos.
- CT8 - Compromiso y respeto a los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT24 - Creatividad e innovación: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

Competencias específicas:

- CE6 - Entender y explotar las oportunidades comerciales del contexto de internacionalidad y globalización en el que se encuentra el mundo empresarial
- CE4 - Gestionar y reforzar el valor de la Marca como herramienta de consolidación y crecimiento empresarial nacional e internacional

Resultados de aprendizaje:

- Comprender las nuevas exigencias y demandas de una distribución comercial cada vez más profesional y exigente.
- Implementar y gestionar las diferentes nuevas técnicas de trabajo y colaboración con el canal de distribución y obtener de esta manera ventajas competitivas en el mercado.
- Desarrollar un trabajo profesional en el ámbito del marketing o de las ventas, en concreto, en posiciones de Trade Manager o similares.

4. CONTENIDOS

- Dirección comercial de la empresa detallista.
- Decisiones de surtido y estrategias de marca del distribuidor.
- Estrategias y políticas de precio para la empresa detallista.
- Trade marketing.
- Respuesta eficiente al consumidor (ECR).
- Intercambio electrónico de datos (EDI).
- Futuras tendencias de la distribución comercial.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Clases magistrales.
- Entornos de simulación.

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:

Actividad formativa	Número de horas
Trabajo guiado (tutorías, seguimiento de aprendizaje)	12,5 h.
Lecciones magistrales	55 h.
Lecciones magistrales asíncronas	7,5 h.
Trabajo autónomo del alumno	37,5 h.
Trabajo grupal del alumno	25 h.
Otras actividades (visitas externas, conferencias, etc...)	12,5 h.
TOTAL	150 h.

7. EVALUACIÓN

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

Sistema de evaluación	Peso
Trabajos e informes	10-30%
Presentaciones	10-30%
Ejercicios prácticos	10-30%
Pruebas de conocimiento	25-50%
TOTAL	100%

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 5,0 en la prueba de conocimiento, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

La presencialidad es obligatoria. Para poder superar la asignatura en convocatoria ordinaria debes asistir, como mínimo, al 50% de las clases. La asistencia a clase mediante Hyflex no será computada. Las faltas y los retrasos solo son justificables en los casos especificados en la normativa de la Universidad.

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 5,0 en la prueba de conocimiento, 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. Las entregas y pruebas superadas en convocatoria ordinaria se guardarán durante el curso académico.

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 6
Actividad 2	Semana 9
Actividad 3	Semana 16
Prueba objetiva de conocimiento	Semana 17

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:

- Manual de la asignatura: Gloria Aparicio y Pilar Zorrilla, (2015) Distribución Comercial en la era omnicanal, Ed. Pirámide, Madrid
- Casares, J. Y Rebollo, A. (2000): Distribución Comercial, 2ª edición, Civitas Ediciones, S.L., Madrid.
- Díez de Castro, E. (2004): Distribución Comercial, 3ª ed., Editorial McGraw-Hill.
- Díez de Castro, E. Y Landa, J. (1995): Merchandising, Editorial Pirámide.
- Vázquez, R. Y Trespalacios, J. (2006): Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas, Ed. Thomson, Madrid.
- Lectura recomendada: Rubén Bastón, Antonio Fagundo, Valentín Hernández, Ecommerce Cómo montar una tienda online ¡Y Que venda!, Ediciones Anaya, Madrid.

Además de la bibliografía ya referenciada, a lo largo del semestre podrá incorporarse otra bibliografía de interés para reforzar distintos contenidos de la asignatura, anunciándose en el Campus Virtual de la asignatura.

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.uec@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.