

## 1. DATOS BÁSICOS

|                     |  |
|---------------------|--|
| Asignatura          | Distribución Comercial                   |
| Titulación          | Grado en Marketing y Dirección Comercial |
| Escuela/ Facultad   | Ciencias Sociales                        |
| Curso               | 3  |
| ECTS                | 6  |
| Carácter            | Obligatoria                              |
| Idioma/s            | Castellano                               |
| Modalidad           | Presencial                               |
| Semestre            | Primer semestre                          |
| Curso académico     | 2024/2025                                |
| Docente coordinador | Pablo Machado Martín                     |

## 2. PRESENTACIÓN

La asignatura tiene por objeto hacer un análisis de 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 que se producen dentro de los canales de distribución.

Los **objetivos de la asignatura** se resumen en los siguientes puntos:

1. Analizar y comprender el funcionamiento de un sistema de distribución existente en un mercado.
2. Diseñar un sistema de distribución para una marca o empresa en un mercado.
3. 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:**

- 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:**

- CT11 – Negociación: Capacidad para dirigir o controlar una discusión utilizando técnicas ganar-ganar, planificando opciones para negociar los mejores acuerdos
- CT17 - Capacidad de comunicación en contexto nacional e internacional: Capacidad para transmitir ideas en un contexto multicultural.
- CT27 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.

#### **Competencias específicas:**

- CE5 - Dominar la aplicación de los instrumentos del marketing orientado al logro de objetivos en el área de la dirección comercial y su integración en la estrategia global de la empresa.
- CE7 - Valorar el entorno competitivo de la empresa, prestar especial atención al mercado e integrar este análisis al emprender nuevos retos.
- CE20 - Tener una visión global de la relevancia del marketing como fuente de innovación en la empresa y su repercusión en la sociedad.

### 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   |
|---|---|
| CB1, CB2, CB3, CB4, CB5<br>CT11, CT17, CT27<br>CE5, CE7, CE20 | <b>RA1:</b> Analizar y comprender el funcionamiento de un sistema de distribución existente en un mercado                           |
| CB1, CB2, CB3, CB4, CB5<br>CT11, CT17, CT27<br>CE5, CE7, CE20 | <b>RA2:</b> Diseñar un sistema de distribución para una marca o empresa en un mercado.  |
| CB1, CB2, CB3, CB4, CB5<br>CT11, CT17, CT27<br>CE5, CE7, CE20 | <b>RA3:</b> Gestionar (selección, motivación, control, etc.) de forma profesional el canal de distribución de una marca o producto. |

## 4. CONTENIDOS

- Análisis del canal de distribución
- Naturaleza, funciones y tipos de empresas mayoristas y minoristas.
- Internet y el comercio electrónico.
- Localización de empresas detallistas.
- Decisiones de merchandising.

## 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:

### Modalidad presencial:

| 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.         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>150 h.</b>   |

## 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        |
|-------------------------|-------------|
| Trabajos e informes     | 20%         |
| Presentaciones          | 20%         |
| Ejercicios prácticos    | 20%         |
| Pruebas de conocimiento | 40%         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100%</b> |

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 cumplir las siguientes condiciones:
- **Pruebas de conocimiento:** Es necesario que la nota media ponderada del conjunto de pruebas de conocimiento realizadas durante el curso alcance un **mínimo de cinco**, siendo preciso obtener en cada parcial una calificación mínima de 4 para realizar dicha media. En el caso de no alcanzar un 4, el alumno deberá recuperar el parcial en la convocatoria extraordinaria.
- **Trabajo cooperativo (presentaciones):** Es condición indispensable haber superado dicha actividad con una calificación **mínima de cinco**. La calificación de dicho trabajo se calculará como media ponderada entre el trabajo escrito y la exposición oral. La **ausencia no justificada a la presentación oral del trabajo cooperativo** implicará el suspenso en dicho trabajo (parte escrita y parte oral) con una calificación de **cero**. Las medias ponderadas se calcularán de acuerdo a los pesos relativos de cada prueba, los cuales están disponible en el Anexo.
- **Informes y actividades individuales:** Es necesario que la nota media ponderada del conjunto de pruebas escritas realizadas durante el curso alcance un **mínimo de cinco**, siendo preciso obtener en cada entrega una calificación mínima de 4 para realizar dicha media. En el caso de no alcanzar un 4, el alumno deberá recuperar la actividad en la convocatoria extraordinaria.
- **Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria el alumno deberá, además, obtener una calificación mayor o igual que 5,0** sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. En el caso de no haber superado alguno de los dos bloques indicados anteriormente, si la calificación obtenida mediante suma de media ponderada de actividades supera el 5,0, el alumno obtendrá un 4,0 de calificación final.
- Se requiere una **asistencia presencial mínima del 50%**. El incumplimiento de este porcentaje de asistencia impide al estudiante superar la asignatura en convocatoria ordinaria y deberá presentarse al exámen final de la asignatura en la convocatoria extraordinaria, además del resto de actividades que no haya superado.

- Si se realiza al menos una prueba de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en convocatoria ordinaria y se evaluará con la calificación correspondiente.
- **La modificación de fechas de pruebas de evaluación a título individual** sólo se podrá solicitar en caso de cumplirse los criterios establecidos al respecto por la Universidad Europea de Canarias. Dichos criterios están disponibles en el Anexo bajo el título “Normativa para cambios de fechas de pruebas de evaluación”. En caso de que el alumno pueda acogerse a alguno de los criterios para la modificación de fecha de prueba o actividad evaluable, será requisito obligatorio comunicárselo al profesor, en persona o si no fuera posible en persona vía correo electrónico, antes de la fecha de la realización de la prueba o actividad. El incumplimiento de este punto inhabilita la posibilidad de repetir la prueba o actividad evaluable.

## 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura 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.

## 8. CRONOGRAMA

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

| Actividades evaluables         | Fecha                  |
|--------------------------------|------------------------|
| Primera actividad individual   | 2ª semana de octubre   |
| Trabajo de simulación          | 4ª semana de octubre   |
| Primera prueba de conocimiento | 3ª semana de noviembre |
| Trabajo cooperativo            | 3ª semana de diciembre |
| Segunda actividad individual   | 3ª semana de enero     |
| Segunda prueba de conocimiento | 4ª semana de enero     |

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 Y 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](mailto: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.