

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Distribución comercial y logística
Titulación	Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas
Facultad	Facultad Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS (150H)
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma	Español
Modalidad	Virtual / Presencial
Unidad temporal	Semestre 1
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Alfredo Rodríguez
Docente / Teacher	Alfredo Rodríguez / Elena Barrios

2. PRESENTACIÓN

En el módulo de distribución comercial y logística, se analizarán los diferentes modelos de distribución comercial que existen, directos o indirectos, para entender en profundidad el canal completo de logística, desde las compras hasta las ventas, gestión de stock, almacén, estrategias de fijación de precios dinámicos, y logística multicanal.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONOCIMIENTOS

- CON3 Distinguir los diferentes modelos de distribución comercial y logística que existen en el formato online y offline para la gestión de almacén, transporte, suministro, seguimiento y localización de pedidos.
 - Descubrir los puntos fundamentales de la distribución comercial.
 - Contrastar las diferentes tipologías de formatos comerciales.
 - Comparar y valorar canales comerciales y operadores logísticos.
- CON6 Reconocer las aplicaciones y canales digitales de comunicación y comercialización de productos y servicios.
 - Revisar los canales comerciales y su conformación en función del sector y actividad.

HABILIDADES

- HAB3 Elaborar acciones comerciales coherentes con la estrategia de la compañía y las necesidades de los clientes.
 - Diseñar estrategias de fijación de precios dinámicos.
- HAB4 Planificar los canales de distribución directos o indirectos del proceso logístico desde las compras hasta las ventas.
 - Explicar la organización espacial de los sistemas de distribución comercial.
- HAB5 Elaborar un modelo de información, control y evaluación del resultado final de un plan de

ventas, y sus consecuencias en los procesos de la organización.

- HAB7 Aplicar técnicas de marketing digital orientadas al comercio electrónico

COMPETENCIAS

- CP4 Medir los objetivos comerciales y de ventas, plazos de entrega al cliente, prioridades de negocio y calidad del trabajo.
- CP8 Investigar y evaluar la mejor relación comercial posible con cada uno de los canales de distribución y logística que forman parte de la cadena de valor de sus productos o servicios.
- CP9 Analizar y evaluar el resultado económico- financiero de cada acción comercial, así como el impacto en el beneficio total de la compañía a corto y largo plazo

4. CONTENIDOS

- La distribución comercial
- Tipología de formatos comerciales
- Elementos del canal de distribución
- Estrategias de fijación de precios dinámicos
- Selección y gestión de canales comerciales y logísticos que permitan implementar y supervisar un plan de acción comercial, de acuerdo con los objetivos de la empresa.
- Organización espacial de los sistemas de distribución comercial.

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

- Clase magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- 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 virtual:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	10
Clases virtuales	20
Resolución de problemas	22
Exposiciones orales de trabajos síncronos	4
Elaboración de informes y escritos	16
Estudios de contenidos y documentación complementaria (Trabajo Autónomo)	50
Tutoría académica virtual síncrona	18
Foro virtual	8
Pruebas de evaluación virtuales	2

TOTAL	150
--------------	------------

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	10
Seminarios de aplicación práctica	20
Resolución de problemas	22
Elaboración de informes y escritos	16
Exposiciones orales de trabajos	4
Trabajo autónomo	50
Tutoría	18
Debates y coloquios	8
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

Las pruebas de conocimiento son presenciales en modalidad presencial y virtuales en modalidad virtual y supondrán el 60% de la calificación final de la materia.

Sistema de evaluación: se aplicará el sistema de evaluación continua por materia a lo largo de las diferentes unidades de aprendizaje, ponderando y valorando de forma integral los resultados de aprendizaje obtenidos por el alumno por medio de los procedimientos de evaluación indicados.

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación virtuales	60%
Exposiciones orales	5%
Informes y escritos	20%
Caso/problema	15%

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas evaluación presenciales	60%
Exposiciones orales	5%
Informes y escritos	20%
Caso/problema	15%

La evaluación concluye con un reconocimiento sobre el nivel de aprendizaje conseguido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes en cada una de las materias del programa formativo se expresará con calificaciones numéricas en función de la siguiente escala de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 0,0 a 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 a 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 a 8,9 Notable (NT)
- 9,0 a 10 Sobresaliente (SB)

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 las actividades.

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 las actividades.

8. CRONOGRAMA

MODALIDAD VIRTUAL	
Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Análisis de un canal de distribución	Semana 23
Actividad 2: Tecnologías y distribución.	Semana 24
Actividad 3: Investigación sobre precios flexibles en los canales	Semana 25
Actividad 4: Análisis de un establecimiento detallista	Semana 27
Actividad 5: prueba de conocimiento 60%	Semana 28

MODALIDAD PRESENCIAL	
Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Investigación sobre fases y canales de distribución	Semana 24

Actividad 2: Análisis de los distintos públicos objetivos y motivacionales de cada canal de distribución comercial	Semana 26
Actividad 3: prueba de conocimiento	Semana 28

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

9. BIBLIOGRAFÍA

Unidad 4

- Coughlan, A.T. y otros (2006). Marketing channels (7 ed.). New York: Prentice Hall.
- García, J.C., Morales, J. y Rodríguez, A. (2021). Distribución Comercial: Trade y Retail Marketing. Madrid: CEU Ediciones.
- García, L. M. (2011). +Ventas. Madrid: ESIC.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2017). Fundamentos de Marketing (13 edición). México: Pearson.
- Labajo, V. (2007). Trade Marketing: La Gestión Eficiente de las relaciones entre Fabricante y Distribuidor. Madrid: Pirámide.
- Miquel, S.M.; Parra, F.; Lhermie, C.; Miquel, M.J. (2008). Distribución Comercial (8ª edición). Madrid: ESIC.
- Palmatier, R.W., Sivadas, E., Stern, L.W. y El-Ansari, A.I. (2019). Marketing Channel Strategy: An Omni-Channel Approach (9th Edition). New York: Routledge.
- Vázquez Casielles, R.; Trespacios Gutiérrez, J.A. (2006). Estrategias de distribución comercial. Madrid: Thomson.
- Vilas, José María (2011): Marcas líderes y distribuidores. Madrid: ESIC.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (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

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.