



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: Política de distribución

Título: Grado en Marketing.

Materia: Marketing

Créditos: 6 ECTS

Código: 15GMAR

Índice

1. Organización general	3
1.1. Datos de la asignatura	3
1.2. Equipo docente	3
1.3. Introducción a la asignatura	3
1.4. Competencias y resultados de aprendizaje	4
2. Contenidos/temario	5
3. Metodología	5
4. Actividades formativas	6
5. Evaluación.....	7
5.1. Sistema de evaluación.....	7
5.2. Sistema de calificación	8
6. Bibliografía.....	9
6.1. Bibliografía de referencia	9
6.2. Bibliografía complementaria.....	9

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MÓDULO	Formación Obligatoria
MATERIA	Marketing
ASIGNATURA	Política Distribución 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	Segundo
Semestre	Segundo
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	No existen
Dedicación al estudio por ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Profesor	D. David Hernández Blanco <i>Licenciado en Geografía e Historia y Especialista Universitario en Comercio Internacional</i> david.hernandez.b@campusviu.es
-----------------	--

1.3. Introducción a la asignatura

La asignatura pretende formar a los alumnos en los conceptos, funciones, implicaciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de la Distribución Comercial y Logística, con una clara orientación al objetivo de optimización que tienen todos los integrantes del canal de distribución. Así, será capaz de identificar a los integrantes del canal de distribución y el papel que desarrolla cada uno de ellos en el mismo, además de entender las diferentes estrategias de distribución que puede seguir una empresa.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS GENERALES Y 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 ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE15: Conocer los sistemas y canales de distribución actual.

2. Contenidos/temario

Unidad Aprendizaje 1: ¿Qué es la Distribución comercial?

Tema 1: La distribución como variable de Marketing.

- 1.1. Introducción a la distribución comercial. Magnitudes del sector.
- 1.2. La distribución como elemento esencial del Marketing.
- 1.3 Funciones de la distribución y marco normativo de la distribución comercial.
- 1.4. El sistema Comercial.

Unidad Aprendizaje 2: Los Canales de Distribución.

Tema 2: Clasificación de los canales de distribución.

- 2.1. Tipos y tamaño de los Canales.
- 2.2. Organización de los Canales de distribución.
- 2.3. Intermediación en el canal de distribución.
- 2.4. Flujos de distribución.

Tema 3: Estrategias de los canales de distribución.

- 3.1. Planificación y gestión de la distribución.
- 3.2. Estrategias de distribución.
- 3.3. La elección del Canal de distribución.
- 3.4. Relaciones internas en el canal de distribución.

Unidad Aprendizaje 3: Gestión Estratégica de la Distribución Comercial.

Tema 4: Trade Marketing Management.

- 4.1. El Trade Marketing: Concepto y organización.
- 4.2. Definición y funciones del Trade Marketing Manager.
- 4.3. Técnicas de Trade Marketing.

Tema 5: Desarrollo estratégico de la distribución.

- 5.1. La contratación en el marco de la distribución comercial.
- 5.2. El proceso de internacionalización en la distribución.
- 5.3. Logística y transporte en la distribución comercial.
- 5.4. La gestión integral de la Cadena de Suministro.

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesitasen. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la Universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual, SCORM y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Sesiones con expertos en el aula
- c. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- d. Estudio y seguimiento de material interactivo

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra

la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas (a excepción de las prácticas y el Trabajo fin de título), se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Portafolio*	40%
<p>Colección de tareas realizadas por el alumnado y establecidas por el profesorado. La mayoría de las tareas aquí recopiladas son el resultado del trabajo realizado dirigido por el profesorado en las actividades, tutorías, etc. Esto permite evaluar, además de las competencias conceptuales, otras de carácter más práctico, procedimental o actitudinal.</p> <p><i>*Detalle en “anexo guía didáctica Ed. 21-22.”</i></p>	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	60 %
<p>El examen es una prueba de evaluación tipo test con 40 preguntas con un valor de 0,2 puntos y cuatro opciones, (donde solo una es la correcta y donde la respuesta incorrecta penaliza con 1/3.) y 4 preguntas de desarrollo breve con un valor de 0,5 puntos cada una.</p> <p>Las preguntas que no se contestan no suman ni en positivo ni en negativo.</p>	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final)** con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 -6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

Sin detrimento de lo anterior, el estudiante dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje**.

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

Díez de Castro, E. (2004). *Distribución comercial*. Editorial McGraw-Hill

Casares, Aranda, Martín y Casares Arauz de Robles (2017). *Distribución Comercial*. Ed. Thomson Reuters Civitas.

Sieira y Ponzoa (2018) *Marketing Retail del comercio presencial al ecomerce. Marketing de la distribución*. Ed. ESIC.

López-Quesada, F. Agustín (2017) *Distribución y Trade Marketing*. Ed. ESIC.

Molinillo, S. (2014) *Distribución comercial aplicada*. Ed. ESIC.

Otamendi, F (2011) *Gestión de Stocks*. Ed. ESIC.

Iglesias, A. (2011) *La gestión de la cadena de suministro*. Ed. ESIC.

6.2. Bibliografía complementaria

Se irá completando con cada tema.