



Universidad  
de Alcalá

# GUÍA DOCENTE

## DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

**Grado en Administración y Dirección  
de Empresas**  
**Grado en Contabilidad y Finanzas**

**Universidad de Alcalá**

**Curso Académico 2018/2019**

**Cuarto curso – Primer Semestre**

## GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	<b>Distribución Comercial</b>
Código:	<b>340070</b>
Titulación en la que se imparte:	<b>Grado de Administración y Dirección de Empresas Grado en Contabilidad y Finanzas</b>
Departamento y Área de Conocimiento:	<b>Departamento: Economía y Dirección de Empresas UDI: Comercialización e Investigación de Mercados</b>
Carácter:	<b>Optativo</b>
Créditos ECTS:	<b>6</b>
Curso y cuatrimestre:	<b>Cuarto Curso – Primer cuatrimestre</b>
Profesorado:	<b>Pedro Cuesta Valiño (pedro.cuesta@uah.es)</b>
Profesor responsable:	<b>Pedro Cuesta Valiño</b>
Horario de Tutoría:	<b>A convenir con el profesor</b>
Idioma en el que se imparte:	<b>Español</b>

### 1. PRESENTACIÓN

La asignatura Distribución Comercial es una materia optativa del itinerario de Marketing que se imparte en el cuarto curso del Grado de Administración y Dirección de Empresa.

En primer lugar, con esta materia se pretende que los alumnos conozcan los principales aspectos de la actividad de distribución comercial a través de profundizar en los conceptos y fundamentos de la distribución comercial y de los agentes más importantes que intervienen en ella, analizando las tendencias generales de la distribución comercial. Además, en esta materia se estudiarán las estrategias que pueden desarrollarse con la distribución como variable de marketing, tanto desde la perspectiva de los fabricantes como desde el punto de vista del distribuidor.

En segundo lugar, se pretende que el alumno desarrolle una serie de habilidades necesarias para el futuro desarrollo profesional como son, por una parte, la capacidad de búsqueda de información, de análisis, de síntesis, de comunicación y de autoaprendizaje, y por otra parte, la capacidad de trabajo en equipo, de liderazgo, de crítica y de creatividad.

Esta guía es una herramienta que permitirá al alumno entender cómo se van a desarrollar las clases, lo que se tiene que hacer para superar la materia, cómo se evaluará el trabajo, etc. En resumen, es una primera aproximación a todo lo que ocurrirá dentro y fuera del aula.

## **1b. PRESENTATION**

The Commercial Distribution class is an optional subject of the itinerary of Marketing, which is taught in the fourth year of the Bachelor's degree in Business Administration and Management.

First, this course aims that students know the main aspects of the activity of the commercial distribution through studying the concepts and fundamentals of commercial distribution and the most important agents involved in it, analysing the general trends of commercial distribution. In addition, this subject will be studied strategies that can develop as a distribution variable of marketing, from the perspective of manufacturers and from the point of view of the distributor.

Second, it is intended that students develop a range of skills needed for the future professional development: on the one hand, the ability to search for information, analysis, synthesis, communication and self-learning, and on the other hand, the ability of teamwork, leadership, critical and creative.

This guide is a tool which will allow the student to understand how the classes will develop, what must be done to pass the course, how work will be evaluated, etc. In summary, it is a guide to everything that will take place inside and outside of classes.

## **2. COMPETENCIAS**

Competencias genéricas:

1. Desarrollar la capacidad de búsqueda, análisis y síntesis de información
2. Fomentar y potenciar la capacidad de trabajo autónomo y trabajo en equipo
3. Estimular y mejorar la comunicación oral y escrita
4. Mejorar la capacidad analítica y crítica

Competencias específicas:

1. Conocer los principios básicos de la distribución desde el punto de vista económico
2. Analizar las características de los canales comerciales y sus diferentes tipologías
3. Estudiar el los formatos comerciales mayoristas y sus estrategias de futuro.
4. Estudiar el los formatos comerciales minoristas y sus estrategias de futuro.
5. Profundizar en las estrategias que pueden desarrollarse con la distribución como variable de marketing

### 3. CONTENIDOS

Bloques de contenido	Total de clases, créditos u horas
Presentación de la asignatura y consideraciones iniciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 horas teóricas</li> <li>• 3 horas prácticas</li> </ul>
<b>1. EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.</b> 1.1. Concepto y dimensiones de la distribución comercial. 1.2. El sistema de distribución comercial. 1.3. Importancia de la distribución comercial dentro del sistema económico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4,5 horas teóricas</li> <li>• 4,5 horas prácticas</li> </ul>
<b>2. LOS CANALES COMERCIALES.</b> 2.1. Concepto de canal de distribución. 2.2. Concepto y funciones de los intermediarios. 2.3. Clasificación de los canales de distribución.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 horas teóricas</li> <li>• 3 horas prácticas</li> </ul>
<b>3. EL COMERCIO MAYORISTA.</b> 3.1. Concepto de comercio mayorista. 3.2. Funciones del comercio mayorista. 3.3. Clasificación del comercio mayorista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 horas teóricas</li> <li>• 3 horas prácticas</li> </ul>
<b>4. EL COMERCIO MINORISTA.</b> 4.1. Concepto de comercio minorista. 4.2. Características del comercio minorista en España. 4.3. Clasificación del comercio minorista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 horas teóricas</li> <li>• 3 horas prácticas</li> </ul>
<b>5. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.</b> 5.1. Diseño y selección de los canales de distribución. 5.2. Gestión de las relaciones dentro del canal. 5.3. Merchandising. 5.4. Distribución física.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 horas teóricas</li> <li>• 3 horas prácticas</li> </ul>
Consideraciones finales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 horas teóricas</li> <li>• 3 horas prácticas</li> </ul>

### Cronograma (Optativo)

Semana / Sesión	Contenido
<b>01<sup>a</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de la asignatura</li> </ul>
<b>02<sup>a</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consideraciones iniciales</li> </ul>

03 <sup>a</sup>	• Tema 1. El sistema de distribución comercial
04 <sup>a</sup>	• Tema 1. El sistema de distribución comercial
05 <sup>a</sup>	• Tema 1. El sistema de distribución comercial
06 <sup>a</sup>	• Tema 2. Los canales comerciales
07 <sup>a</sup>	• Tema 2. Los canales comerciales
08 <sup>a</sup>	• Tema 3. El comercio mayorista
09 <sup>a</sup>	• Tema 3. El comercio mayorista
10 <sup>a</sup>	• Tema 4. El comercio minorista
11 <sup>a</sup>	• Tema 4. El comercio minorista
12 <sup>a</sup>	• Tema 5. Estrategias de distribución
13 <sup>a</sup>	• Tema 5. Estrategias de distribución
14 <sup>a</sup>	• Consideraciones finales
15 <sup>a</sup>	• Consideraciones finales

#### 4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.- ACTIVIDADES FORMATIVAS

Distribución de la docencia y del trabajo propio del estudiante

##### 4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

Número de horas presenciales	48 horas • Clases teóricas y prácticas • Pruebas y exámenes
Número de horas del trabajo propio del estudiante	• 102 horas • Trabajo autónomo, estudio, elaboración de actividades, preparación de pruebas
Total horas	150 horas

##### 4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

Clases presenciales	Parte de las clases presenciales serán clases magistrales, de contenido teórico, en la que se desarrollarán los puntos clave del programa. El papel del estudiante, en
---------------------	--

la versión clásica de la clase magistral, es de escuchar activamente, intentar entender los argumentos y teorías, relacionar el contenido de la clase con sus conocimientos previos e intentar tomar apuntes estructurados de los contenidos más importantes. La preparación previa del estudiante es una condición necesaria para aprovechar al máximo la clase magistral, para lo que se propone la lectura de los materiales de soporte del tema correspondiente o la consulta de alguno de los manuales que conforman la bibliografía básica, u otros recursos que el estudiante tenga a su disposición.

Además, en las sesiones presenciales también se desarrollarán clases prácticas. En estas sesiones se desarrollarán aspectos prácticos que se desprenden de las clases magistrales, siendo el alumno el motor principal de la clase, bien trabajando solo o en grupo, bajo la orientación del profesor. En este sentido, se contemplan dos tipos de actividades didácticas:

- Realización de trabajos de investigación teórico-prácticos por parte de los alumnos sobre aspectos concretos del programa que serán asignados por el profesor y que serán defendidos en clase.

Desarrollo de ejercicios prácticos (individualmente o en equipos de trabajo) que asignará el profesor mediante la utilización de casos y experiencias de empresas, debates, comentarios de notas de prensa y artículos de revistas especializadas, programadas a lo largo del curso.

### Trabajo autónomo

El alumno deberá realizar un trabajo (de manera individual y grupal) sobre lecturas, búsqueda de información, análisis de información, realización de ejercicios, informes, trabajos y estudio de la materia de la asignatura.

Tutorías	Las tutorías podrán ser en grupo o individuales y durante las mismas el profesor evaluará la adquisición de las competencias.
Pruebas teórico-prácticas de asimilación de conocimientos y habilidades	El alumno tendrá que interrelacionar todos los conocimientos que ha aprendido a través de las clases presenciales, el trabajo autónomo y las tutorías.

## 5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación

El proceso de evaluación de esta asignatura está inspirado en la evaluación continua del estudiante.

Para los alumnos que se hayan acogido al procedimiento de evaluación continua, su rendimiento será evaluado por su trabajo, conocimientos y destrezas adquiridas y la mejora de su proceso de aprendizaje. Los métodos a emplear serán:

### PARTE PRÁCTICA:

- a) Participación activa en las clases teórico-prácticas. Valoración de la participación activa de alumnos: 10%
- b) Resolución y presentación de casos prácticos y trabajos singulares o en equipo planteados: 50%

### PARTE TEÓRICA:

- c) Pruebas teóricas de asimilación de conocimientos y habilidades: 40%.

Para la aprobación de la asignatura, el estudiante debe superar satisfactoriamente el conjunto de pruebas, entendiendo que todas ellas en conjunto evalúan la adquisición de todas las competencias desarrolladas.

Para aquellos alumnos que no logren superar ambas partes, pero tengan una aprobada (ya sea la parte práctica o la parte teórica) se les guardará para la convocatoria extraordinaria (junio-julio) la nota de la parte aprobada y sólo deberán realizar la parte que hayan suspendido. Si la parte suspendida es la teórica realizarán un examen de los correspondientes contenidos del programa. Si la parte suspendida es la práctica deberán llevar a cabo unos ejercicios prácticos individuales, siendo responsabilidad del alumno solicitar al profesor los ejercicios asignados y el plan especial de trabajo.

Los alumnos que hayan suspendido las dos partes de la asignatura, deberán en la convocatoria extraordinaria (junio-julio) desarrollar el examen de todos los contenidos del programa y llevar a cabo unos ejercicios prácticos individuales, siendo responsabilidad del alumno solicitar al profesor los ejercicios asignados y el plan especial de trabajo

Para los alumnos que no sigan el procedimiento de evaluación continua tendrán derecho a una evaluación final en convocatoria ordinaria del curso académico. Entre otras, son causas que permiten acogerse a la evaluación final, sin perjuicio de que tengan que ser valoradas en cada caso concreto, la realización de prácticas presenciales, las obligaciones laborales, las obligaciones familiares, los motivos de salud y la discapacidad. El hecho de seguir los estudios a tiempo parcial no otorga por sí mismo el derecho a optar por la evaluación final. Para acogerse a la evaluación final, el estudiante tendrá que solicitarlo por escrito al decano en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, explicando las razones que le impiden seguir el sistema de evaluación continua. En el caso de aquellos estudiantes que por razones justificadas no tengan formalizada su matrícula en la fecha de inicio del curso o del periodo de impartición de la asignatura, el plazo indicado comenzará a computar desde su incorporación a la titulación. El decano deberá valorar las circunstancias alegadas por el estudiante y tomar una decisión motivada. Transcurridos 15 días hábiles sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa por escrito a su solicitud, se entenderá que ha sido estimada.

La evaluación final para estos alumnos que no siguen la evaluación deberán desarrollar el examen de todos los contenidos del programa en la convocatoria ordinaria (será necesario sacar 5 puntos sobre 10) y llevar a cabo unos ejercicios prácticos individuales que deberá presentar y entregar en la fecha que le sea indicada por el profesor. Para estos ejercicios prácticos individuales el alumno deberá solicitar previamente al profesor (durante el primer mes empezada la asignatura), los ejercicios asignados, el plan especial de trabajo, el día, hora y lugar de la presentación.

Para poder aprobar la asignatura es necesario conseguir una calificación mínima de 5 puntos sobre 10, tanto en la parte del examen como en el plan especial de trabajos asignados.

Para aquellos alumnos que no logren superar ambas partes, pero tengan una aprobada (ya sea la parte del examen o la parte práctica) se les guardará para la convocatoria extraordinaria (junio-julio) la nota de la parte aprobada y sólo deberán realizar la parte que hayan suspendido. Si la parte suspendida es la teórica realizarán un examen de los correspondientes contenidos del programa. Si la parte suspendida es la práctica deberán llevar a cabo unos ejercicios prácticos individuales, siendo responsabilidad del alumno solicitar al profesor los ejercicios asignados y el plan especial de trabajo.

Los alumnos que hayan suspendido las dos partes de la asignatura, deberán en la convocatoria extraordinaria (junio-julio) desarrollar el examen de todos los contenidos del programa y llevar a cabo unos ejercicios prácticos individuales, siendo responsabilidad del alumno solicitar al profesor los ejercicios asignados y el plan especial de trabajo

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

### Bibliografía Básica



Aparicio, Gloria y Zorrilla, Pilar (2015): *Distribución Comercial en la Era Omnicanal*, Editorial Pirámide, Madrid.

Casares, Javier (2013): *Distribución Comercial*, 4ª edición, Editorial Cívitas, Madrid.

Díez de Castro, Enrique Carlos (coordinador) (2004): *Distribución Comercial*, 3ª edición, Editorial McGraw-Hill/Interamericana, Madrid.

De Juan Vigaray, Mª Dolores (2005): *Comercialización y Retailing*, Editorial Pearson Educación, Hall, Madrid.

Miquel Peris, Salvador, Francisca Parra Guerrero, Christian L'hermie y María José Miquel Herrero (2008): *Distribución Comercial*, ESIC Editorial, 6ª edición, Madrid.

Molinillo Jiménez, Sebastián (Coordinador) (2014): *Distribución Comercial Aplicada*, 2º edición, ESIC Editorial, Madrid.

Vázquez Casielles, Rodolfo y Trespalacios Gutiérrez, Juan Antonio (2006): *Estrategias de Distribución Comercial: Diseño del Canal de Distribución y Relación entre Fabricantes y Detallistas*, Editorial ThomsonCívitas, Madrid.

#### [Bibliografía Complementaria \(optativo\)](#)

Santesmases Mestre, M. (2012): *Marketing. Conceptos y Estrategias*, 6ª edición, Editorial Pirámide, Madrid.