UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura:	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	**Código:**	54343
Tipología:	OPTATIVA	**Créditos ECTS:**	4.5
Grado:	317 - GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (AB)	**Curso académico:**	2022-23
Centro:	5 - FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES ALBACETE	**Grupo(s):**	12
Curso:	4	**Duración:**	Primer cuatrimestre
Lengua principal de impartición:	Español	**Segunda lengua:**	Inglés
Uso docente de otras lenguas:	Ingles	**English Friendly:**	S
Página web:		**Bilingüe:**	N

Profesor: **MARIA DEL PILAR MARTINEZ RUIZ** - Grupo(s): **12**

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	926053472	mariapilar.martinez@uclm.es	Lunes y martes, de 9:15 a 10:00, de 11:10 a 12:45 y de 13:55 a 14:35. Se ruega solicitar previamente las citas para tutorías por correo electrónico.

2. REQUISITOS PREVIOS

No existen requisitos previos. Se recomienda haber cursado previamente las asignaturas de Fundamentos de Marketing (2º Grado ADE - Básica) y Dirección Comercial de la Empresa (3º Grado ADE - Obligatoria).

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La asignatura de Distribución Comercial de la Empresa se plantea profundizar en el estudio de la distribución comercial proporcionando una visión integral de sus funciones, actividades y relevancia para el Marketing. Se pretende capacitar al estudiante para analizar y tomar decisiones relativas al diseño y gestión de los canales de comunicación.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E01	Desarrollar la capacidad para gestionar y administrar una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional, e identificando sus debilidades y fortalezas.
E02	Desarrollar y potenciar el espíritu emprendedor, la capacidad de adaptación a los cambios y la creatividad en cualquier área funcional de la empresa u organización.
E06	Desarrollar y potenciar la capacidad para la dirección general, dirección técnica y dirección de proyectos de investigación, desarrollo e innovación en cualquier tipo de empresa u organización.
G01	Poseer habilidades para el aprendizaje continuado, autodirigido y autónomo, lo que les permitirá desarrollar habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
G03	Desarrollar la comunicación oral y escrita para elaborar informes, proyectos de investigación y proyectos empresariales, y ser capaz de defenderlos ante cualquier comisión o colectivo (especializado o no) en más de un idioma, recogiendo evidencias pertinentes e interpretándolas de forma adecuada.
G04	Utilizar de manera adecuada las TIC, aplicándolas al departamento empresarial correspondiente con programas específicos de dichos ámbitos empresariales.
G05	Capacidad para trabajar en equipo, liderar, dirigir, planificar y supervisar equipos multidisciplinares y multiculturales, en el entorno nacional e internacional de la empresa y sus respectivos departamentos, de forma que se consigan sinergias beneficiosas para la entidad.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

No se han establecido.

Resultados adicionales

- Relacionar la distribución comercial con las diferentes áreas y actividades del sistema empresarial.
- Entender los factores que determinan las decisiones de planificación, diseño y gestión de los canales de comercialización.
- Transmitir al alumno los conceptos, terminología y filosofía propios de la distribución comercial.
- Comprender el proceso general de planteamiento de decisiones relativas al diseño y gestión de los canales de distribución.
- Conocer las diferentes estructuras de comercialización existentes y las diferentes clasificaciones de los intermediarios.
- Delimitar las relaciones y situaciones de conflicto existentes en los canales de distribución y sus procedimientos de gestión y solución.
- Conocer las diferentes formas de acceso a los mercados exteriores y las estructuras de comercialización en mercados exteriores.
- Conocer las principales formas comerciales y herramientas de comercio electrónico.

6. TEMARIO

Tema 1: Tema 1: Los canales de distribución
Tema 2: Tema 2: Las relaciones en el canal de distribución
Tema 3: Tema 3: Formas comerciales
Tema 4: Tema 4: La distribución comercial en mercados internacionales
Tema 5: Tema 5: Los canales de distribución electrónicos
Tema 6: Tema 6: Diseño de web comerciales y usabilidad web

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	E01 E02 G01	0.8	20	N	-	Clase presencial de exposición de teoría y contenidos prácticos.
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos	E01 E02 E06 G01 G03 G05	0.6	15	S	S	Análisis y debate de casos prácticos en clase con el fin de conectar la teoría y la práctica.
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo en grupo	E01 E02 E06 G03 G04 G05	1.2	30	S	S	Elaboración de trabajo en equipo (3 estudiantes como máximo), que se materializará en un plan de diseño y gestión de canales de comercialización y otras prácticas vinculadas al mundo empresarial. Los requisitos de formato y extensión de los trabajos en grupo y prácticas individuales, evaluables, que se han de entregar por escrito, se indicarán en clase y en el Campus Virtual en función del tipo de actividad en grupo e individual que se plantee
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Trabajo en grupo	E06 G03 G04	0.2	5	S	S	Preparación de las exposiciones en clase del trabajo en grupo. Defensa del trabajo en equipo y debate con el profesor.
Tutorías de grupo [PRESENCIAL]	Trabajo en grupo	E01 E02 E06 G03 G04 G05	0.1	2.5	S	S	Tutorización de trabajo en equipo con asistencia presencial de todos los miembros del equipo a lo largo del cuatrimestre con periodicidad predefinida al principio del curso.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	E01 E02 G01 G03 G04	1.5	37.5	N	-	Estudio de las clases teóricas y preparación de la prueba final.
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	G01 G03	0.1	2.5	S	S	Examen teórico-práctico
		Total:	**4.5**	**112.5**			
		Créditos totales de trabajo presencial: 1.8					**Horas totales de trabajo presencial: 45**
		Créditos totales de trabajo autónomo: 2.7					**Horas totales de trabajo autónomo: 67.5**

Ev: Actividad formativa evaluable
Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluacion continua	Evaluación no continua*	Descripción
Prueba final	40.00%	100.00%	Examen final teórico-práctico.
Trabajo	50.00%	0.00%	Realización continua de TRABAJO EN GRUPO a lo largo del cuatrimestre (con una entrega parcial a mitad del cuatrimestre y entrega total al final del cuatrimestre). Es obligatorio presentar oralmente el trabajo junto al resto de compañeros que componen el grupo. En caso contrario, la calificación de esta parte se anularía
Resolución de problemas o casos	5.00%	0.00%	Realización CASOS PRÁCTICOS EN CLASE que se realizarán en horario lectivo
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	5.00%	0.00%	Valoración de la participación con aprovechamiento en clase
Total:	**100.00%**	**100.00%**	

* *En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).*

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

(1) Examen teórico-práctico (PRUEBA DE EVALUACIÓN FINAL) relacionado con los contenidos y conceptos expuestos en clase tanto en lo que se refiere a conceptos teóricos como de casos y ejercicios planteados. La calificación obtenida en el examen supondrá el 40% de la calificación final. Se exige un mínimo de 4 sobre 10 en esta prueba para computar con el resto de partes.
(2) La calificación definitiva del TRABAJO EN GRUPO será realizada por el profesor en función de aspectos como el contenido, formato, organización de contenidos, así como de las consultas y seguimiento realizado. Los criterios de evaluación de la presentación vendrán definidos por la calidad de los contenidos, la calidad de la presentación y la claridad en la exposición de ideas. La calificación del trabajo en grupo, tanto la entrega (parcial y final) como la exposición oral en clase, constituirá el 50% de la calificación final de la asignatura.

(3) Elaboración de CASOS PRÁCTICOS EN CLASE desarrolladas a lo largo de la asignatura, en las que se incorporen los conceptos y herramientas de marketing planteados, junto con la participación activa en clase. La calificación obtenida en el conjunto de tareas desarrolladas en clase, asistencia y participación activa, supondrá un 10% de la calificación final de la asignatura.
Una vez computadas las valoraciones de las distintas partes objeto de evaluación, la asignatura se considerará superada si alcanza como mínimo el 50%.
Aquellos alumnos que, aun habiendo realizado actividades evaluables, deseen ser evaluados con los criterios de evaluación no continua deben comunicarlo al profesor antes del final del período de clases. Respecto a la evaluación, en caso de enfermedad u otras circunstancias especiales (normas atenuantes) véase el artículo 6 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Evaluación no continua:

La evaluación de la asignatura consta de un examen final teórico-práctico que incluirá todos los contenidos que permiten alcanzar las competencias de la asignatura. Respecto a la evaluación no continua, véase el apartado b del punto 4.2. del Reglamento del estudiante de la UCLM aprobado el 23 de mayo de 2022.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Se facilitará que los estudiantes se examinen del 100% de las competencias en un examen teórico-práctico. Como pauta general, el profesor puede conservar la valoración de aquellas actividades formativas que hayan sido superadas por el estudiante hasta un máximo de dos cursos académicos a partir del curso actual, siempre que las actividades formativas y los criterios de evaluación publicados en la guía docente no se modifiquen y sin perjuicio del derecho del estudiante a volver a realizar dichas actividades.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Examen teórico-práctico.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas

Horas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	20
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	15
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	30
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	5
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	2.5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	37.5
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2.5

Actividad global

Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	20
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	37.5
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Trabajo en grupo]	2.5
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	15
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2.5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	30
Total horas:	112.5

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Hernández, E.M. y Hernández, L.C.	Manual de comercio electrónico	Marge Books			2018	
Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I.	Marketing 5.0	ALMUZARA; LID edición (31 agosto 2021)			2021	
Molinillo, S.	Distribución Comercial Aplicada	ESIC		97884735683634	2012	
Martínez-López, F.J. y Maraver, G.	Distribución Comercial	Delta		9788492453436	2009	
Kotler, P. y Armstrong, G	Principles of Marketing	Pearson Education Limited			2020	