



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	Código: 54343
Tipología: OPTATIVA	Créditos ECTS: 4.5
Grado: D005 - DOBLE GRADO DERECHO-ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (CR)	Curso académico: 2018-19
Centro: 403 - FTAD. DERECHO Y CC. SOC. DE CIUDAD REAL	Grupo(s): 20 29
Curso: 6	Duración: Primer cuatrimestre
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: N
Página web: Plataforma Moodle	Bilingüe: N

Profesor: ANGEL MILLAN CAMPOS - Grupo(s): 20 29				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Módulo E. D 1.03	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	902204100 Ext.3597	angel.millan@uclm.es	
Profesor: MARTA RETAMOSA FERREIRO - Grupo(s): 20 29				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Módulo E. Despacho 1.03	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	902204100	Marta.Retamosa@uclm.es	

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 *Distribución Comercial* 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 comercialización.

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

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E01	Tomar conciencia de la importancia del Derecho como regulador de las relaciones sociales.
E02	Comprender el carácter sistemático del ordenamiento jurídico y la interdisciplinariedad de los problemas jurídicos.
E06	Dominar las nuevas tecnologías aplicándolas al Derecho (Bases de datos de legislación y jurisprudencia, bibliografías) y utilizar Internet en la obtención de información y en la comunicación de datos.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

No se han establecido.

Resultados adicionales

- 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 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 del comercio electrónico
- 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.

6. TEMARIO

- Tema 1: Los canales de distribución**
- Tema 2: Las relaciones en el canal de distribución**
- Tema 3: Formas comerciales.**
- Tema 4: La distribución comercial en mercados internacionales**
- Tema 5: Los canales de distribución electrónicos**
- 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	Rec	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	N	N	Análisis y debate de casos prácticos en clase con el fin de conectar la teoría con la práctica.
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo en grupo	E01 E02 E06 G03 G04 G05	1.2	30	S	N	N	Elaboración de un trabajo en equipo (3 estudiantes como máximos) que se materializará en un plan de diseño y gestión de canales de comercialización y otras prácticas vinculadas al mundo empresarial.
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Trabajo en grupo	E06 G03 G04	0.2	5	S	N	N	Preparación de las exposiciones en clase de 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	N	N	Tutorización de trabajo en equipo con asistencia presencial de todos los miembros del equipo, a lo largo del semestre y con periodicidad predefinida al principio del curso.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	E01 E02 G01 G03 G05	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	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

Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Valoraciones		Descripción
	Estudiante presencial	Estud. semipres.	
Prueba final	40.00%	0.00%	Examen final teórico práctico.
Pruebas de progreso	50.00%	0.00%	Realización continua de TRABAJO EN GRUPO a lo largo del semestre (con una entrega parcial a mitad del semestre y entrega total al final del semestre). Es obligatorio presentar oralmente el trabajo junto al resto de compañeros que componen el grupo. En caso contrario la calificación de esta parte se anulará.
Resolución de problemas o casos	5.00%	0.00%	Realización de CASOS PRÁCTICOS EN CLASE que se realizarán en horario lectivo.
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	5.00%	0.00%	Participación activa del estudiante en clase en las prácticas y demás actividades de apoyo.
Total:	100.00%	0.00%	

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

(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 las 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 el 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 se alcanza como mínimo el 50% del total.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Se mantendrá el sistema de convocatoria ordinaria, es decir, se guardarán las calificaciones correspondientes al trabajo en grupo y tareas de clase desarrolladas a lo largo del semestre, únicamente para la convocatoria extraordinaria.

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
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
Total horas: 112.5	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS						
Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
MARTINEZ-LOPEZ, F.J. y MARAVER, G.	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	Delta Publicaciones	Madrid	9788492453436	2009	
MOLINILLO, S.	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL APLICADA	ESIC	Madrid	97884735683634	2012	