

1.- ASIGNATURA	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Marketing Operativo	
2.- PROFESOR/A	VIRGINIA MATESANZ	
3.- CARACTERÍSTICAS		
3.1.- CARÁCTER	Optativa	
3.2.- CRÉDITOS	6,0	
3.3.- CURSO	Cuarto	
3.4.- CUATRIMESTRE	Primero	
3.5.- IDIOMA	Castellano/Inglés	
4.- COMPETENCIAS GENERALES	CG1	Ser capaz de analizar y sintetizar fenómenos y situaciones.
5.- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CE16	Ser capaz de tomar decisiones en la gestión del Marketing-mix (producto, precio, distribución y comunicación).
6.- CONTENIDOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la Distribución Comercial <ul style="list-style-type: none"> - Definición de Distribución Comercial - Cadena de Valor - Utilidades e importancia - Dinamismo y tendencias 2. Canales y Formas de la Distribución Comercial <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de Canales en base a la longitud y la intensidad. Rol de los intermediarios - Estrategias de Formas: con/sin establecimiento y con/sin contacto, on/off line - Cómo elegir el canal y la forma ideal para tu negocio en base a la Imagen de Marca - Dinamismo y tendencias 3. El Cliente <ul style="list-style-type: none"> - Shopper vs Consumer - Comportamiento del Consumidor - Proceso de decisión de compra - Experiencia de compra (física y digital, omnicanalidad) - Fidelización: CRM, mkt liminal, trato y servicio - Dinamismo y tendencias 4. Trade Marketing <ul style="list-style-type: none"> - La distribución moderna. - Estrategias del canal: posicionamiento y diferenciación - Maximización de ventas: Penetración x Frecuencia x Gasto - Dinamismo y tendencias 5. Estrategias Comerciales: GESTIÓN POR NECESIDADES/ CATEGORIAS <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de Surtido: definición, rol, adyacencia y complementariedad, profundidad y amplitud, Marca de Distribuidor - Estrategias de Precio: pacto de precios, precios regulados, precios mínimos, modelos de negociación, - Estrategias de Implantación: árbol de decisión de compra, visual 	

	<ul style="list-style-type: none"> merchandising - Estrategias de Promoción: traffic bulding, ofertas, promociones y acciones de dinamización - Dinamismo y tendencias <p>6. Logística</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funciones logísticas - Cadena de suministro y modelos de distribución logística - Dinamismo y tendencias <p>CASOS & WORKSHOPS mensuales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acercamiento a la distribución (trabajo) - Actualidad y Tendencias centrada en la investigación de nuevos modelos de distribución e identificación de oportunidades de negocio (sostenibilidad, tecnologías y silver economy) - Árbol de Decisión de Compra - Lanzamiento de nuevos productos al mercado (trabajo) 												
7. METODOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none"> - Sesiones presenciales en las que se combinará la teoría y la práctica. - La parte más conceptual, recogida en la documentación colgada en DIDA, contará con ejemplos prácticos recogidos en videos y artículos que servirán de debate para afianzar conceptos. - La parte práctica se centrará el debate y generación de opinión de información de actualidad y tendencias. Diariamente los alumnos/as tendrán que abrir una línea o foro y entre todos/as generar opinión sobre las consecuencias con espíritu crítico. - El aprendizaje se completará con la realización de casos prácticos y trabajos planteados para realizarse en equipo. Estos proyectos servirán para realizar prospección sobre la materia. 												
8.- RESULTADOS DEL APRENDIZAJE	<p>Conocer los diferentes canales de distribución así como identificar cuál es el más apropiado para la estrategia de empresa/marca.</p>												
9.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN	<table border="1" data-bbox="491 1330 1489 1563"> <thead> <tr> <th data-bbox="491 1330 948 1368">Criterio</th> <th data-bbox="948 1330 1225 1368">Competencias</th> <th data-bbox="1225 1330 1489 1368">Valor (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="491 1368 948 1402">Examen práctico</td> <td data-bbox="948 1368 1225 1402">CG1 y CE16</td> <td data-bbox="1225 1368 1489 1402">50%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="491 1402 948 1435">Presentación de trabajos</td> <td data-bbox="948 1402 1225 1435">CG1 y CE16</td> <td data-bbox="1225 1402 1489 1435">30%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="491 1435 948 1563">Actitud, asistencia y participación en los debates y casos expuestos en clase</td> <td data-bbox="948 1435 1225 1563">CG1 y CE16</td> <td data-bbox="1225 1435 1489 1563">20%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Observaciones generales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para ser evaluable en la primera convocatoria será requisito imprescindible asistir al menos al 85% de las sesiones. QUIENES NO VENGAN DE MANERA REGULAR A CLASE, NO PODRÁN PRESENTARSE AL EXAMEN (REQUISITO INDISPENSABLE PARA APROBAR LA ASIGNATURA) Y ADICIONALMENTE TENDRÁN UN 0 EN ACTITUD, ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN. - Para hacer media, es necesario obtener al menos un 5 en el examen final (aprobado) - No se admitirá la entrada de trabajos fuera de fecha. En los trabajos grupales todos los miembros del equipo recibirán la misma puntuación. - La actitud y participación se evaluará en base a la asistencia puntual, la participación activa en los debates que se generen, el comentario de noticias y a la entrega de tareas vinculadas al reto semanal que se haya 	Criterio	Competencias	Valor (%)	Examen práctico	CG1 y CE16	50%	Presentación de trabajos	CG1 y CE16	30%	Actitud, asistencia y participación en los debates y casos expuestos en clase	CG1 y CE16	20%
Criterio	Competencias	Valor (%)											
Examen práctico	CG1 y CE16	50%											
Presentación de trabajos	CG1 y CE16	30%											
Actitud, asistencia y participación en los debates y casos expuestos en clase	CG1 y CE16	20%											

	<p>expuesto.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En la medida de lo posible, habrá sesiones con invitados que enriquezcan los temas tratados con su experiencia profesional. En estas sesiones, se valorará especialmente aspectos como la puntualidad, el respeto y la atención proactiva, siendo la asistencia obligatoria en deferencia a los invitados. 						
	Observaciones convocatoria extraordinaria						
	<p>Diferenciamos dos circunstancias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alumno/as suspendido/a que han obtenido una nota >5/10 en participación. Para recuperar la asignatura tendrán que: <ul style="list-style-type: none"> - Aprobar el examen (5/10) 2. Alumno/as suspendido/a que han obtenido una nota <5/10 en participación. Para recuperar la asignatura tendrán que: <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un trabajo de manera individual - Aprobar el examen (5/10) <p>Las notas de participación se mantendrán en las medias de las convocatorias extraordinarias, lo que hace que quienes no participen normalmente, tengan que sacar mayor nota para tener media de aprobado.</p> <p>TUTORÍAS Aquellos alumnos/as que quieran tener una sesión de tutoría, tendrán que ponerse en contacto con la profesora el clase para cerrar la cita con al menos una semana de antelación.</p>						
	Observaciones convocatorias para alumnos de años anteriores (sin docencia)						
	<ul style="list-style-type: none"> - Ponerse en contacto con la profesora para analizar la circunstancia y poder adaptar la asignatura y su evaluación. 						
10.- BIBLIOGRAFÍA	<ul style="list-style-type: none"> - Kotler, Philip. Dirección de Marketing, edición del milenio. Prentice Hall - Sainz de Vicuña, José María. La Distribución Comercial: opciones estratégicas, 2ª Ed. ESIC - Diez Morales, Antonio. Gestión por categoría y Trate Marketing. Prentice may - Escrivá Monzó, A y Clar Bononad, F. Marketing en el punto de venta. McGraw-Hill - A.C. Nielsen. Administración de Categorías: posicionando su Organización para Ganar - Páginas de actualidad sobre el mundo de la distribución, estudios de mercado, consumidores...: - Webs: <ul style="list-style-type: none"> www.aecoc.es www.canaldis.com www.distribucionactualidad.com www.foromarketing.com www.alimarket.es www.marketing4food.com www.nielsen.com www.foodretail.com 						
11.- DISTRIBUCIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Criterio	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Total
	Examen práctico					50%	50%
	Presentación de trabajos			30%			30%

	Actitud, asistencia y participación	20%	20%
	Total		100%