

1.- ASIGNATURA		
1.1.- MATERIA (ÁREA DE CONOCIMIENTO)	Marketing Operativo	
1.2.- DENOMINACIÓN	Distribución Comercial	
2.- PROFESOR/A (S)	Virginia Matesanz	
3.- CARACTERÍSTICAS		
3.1.- CARÁCTER	Optativa	
3.2.- EXTENSIÓN (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 	

	<p>Distribuidor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de Precio: pacto de precios, precios regulados, precios mínimos, modelos de negociación, - Estrategias de Implantación: árbol de decisión de compra, visual 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="497 1404 1484 1621"> <thead> <tr> <th data-bbox="497 1404 948 1435">Criterio</th> <th data-bbox="948 1404 1224 1435">Competencias</th> <th data-bbox="1224 1404 1484 1435">Valor (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="497 1435 948 1467">Examen práctico</td> <td data-bbox="948 1435 1224 1467">CG1 y CE16</td> <td data-bbox="1224 1435 1484 1467">50%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="497 1467 948 1498">Presentación de trabajos</td> <td data-bbox="948 1467 1224 1498">CG1 y CE16</td> <td data-bbox="1224 1467 1484 1498">40%</td> </tr> <tr> <td data-bbox="497 1498 948 1621">Actitud, asistencia y participación en los debates y casos expuestos en clase</td> <td data-bbox="948 1498 1224 1621">CG1 y CE16</td> <td data-bbox="1224 1498 1484 1621">10%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Observaciones generales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para ser evaluable en la primera convocatoria será requisito imprescindible haber participado, al menos, en el 85% de las sesiones. - 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 debate de tendencias. - Adicionalmente, 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. 	Criterio	Competencias	Valor (%)	Examen práctico	CG1 y CE16	50%	Presentación de trabajos	CG1 y CE16	40%	Actitud, asistencia y participación en los debates y casos expuestos en clase	CG1 y CE16	10%
Criterio	Competencias	Valor (%)											
Examen práctico	CG1 y CE16	50%											
Presentación de trabajos	CG1 y CE16	40%											
Actitud, asistencia y participación en los debates y casos expuestos en clase	CG1 y CE16	10%											

	<p>Observaciones convocatoria extraordinaria</p> <p>Diferenciamos dos circunstancias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alumnos que ha participado de las actividades de manera normalizada durante el curso pero la media no es de aprobado. <ul style="list-style-type: none"> - En este caso, los alumnos deberán asistir a un mínimo a una tutoría. - Elaborar un trabajo individual - Aprobar el examen (5/10) 2. Alumnos que no han participado de manera regular en el curso (bien no han asistido el mínimo exigido y/o no han entregado los trabajos grupales) <ul style="list-style-type: none"> - En este caso, los alumnos deberán asistir a dos sesiones de tutoría - Elaborar tres trabajos de manera individual - Aprobar el examen (5/10) <p>Considerar que además en este caso 2), los alumnos no tendrán la puntuación de participación (siendo esta 0) por lo que su nota máxima sería de 7/10 (lo que eleva el nivel de exigencia del examen y los trabajos para poder aprobar).</p> <p>IMPORTANTE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - los trabajos se entregarán puntualmente en fechas concretas a determinar por el profesor entre febrero y junio. - La puntualidad en las tutorías es fundamental - En cualquier convocatoria el examen tiene que estar aprobado con al menos un 5/10. <p>TUTORÍAS Aquellos alumnos/as que quieran tener una sesión de tutoría, tendrán que ponerse en contacto con el profesor el clase para cerrar la cita con al menos una semana de antelación.</p> <p>Observaciones convocatorias para alumnos de años anteriores (sin docencia)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ponerse en contacto con la profesora para analizar la circunstancia y poder adaptar la asignatura y su evaluación.
<p>10.- BIBLIOGRAFÍA</p>	<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 - Díez Morales, Antonio. Gestión por categoría y Trade 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		20%		20%		40%	
	Actitud, asistencia y participación	10%						10%
	Total							100%