

Curso Académico: ( 2023 / 2024 )

Fecha de revisión: 22-03-2023

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: BARROSO LUDEÑA, ALICIA

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

**REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)**

Ninguna.

**OBJETIVOS**

Competencias:

Las competencias generales asociadas a esta materia son la CG1 (Solidez en los conocimientos teóricos fundamentales del Marketing e Investigación de Mercados), CG11 (Capacidad de negociación); y las competencias específicas son CE9 (Análisis, valoración y toma de decisiones respecto a los canales de distribución y la fuerza de ventas. Gestión integrada de canales de distribución y aprovisionamiento, gestión de conflictos eficiencia y actividades de distribución física y logística, técnicas de venta, negociación comercial, dirección, gestión de cuentas, gestión del cliente y CRM, así como nuevas tecnologías para gestión de datos de clientes).

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

El alumno distingue entre los mecanismos de gestión de los canales de distribución.

El alumno identifica las mejores decisiones estratégicas y operativas sobre el canal de distribución escogido por la empresa.

**DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA**

PARTE I:

Gestión de canales.

Diseño Canal

Análisis de alimentación Canal Side

Negociación

Poder y Conflicto Channel.

Logística.

Integración Vertical.

PARTE II:

Comercialización detallista.

**ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS**

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE LA MATERIA

AF3 Clases teórico prácticas

AF6 Trabajo en grupo

AF7 Trabajo individual del estudiante

Código actividad/ Nº Horas totales /Nº Horas Presenciales / % Presencialidad

AF3 126 126 100

AF6 174 0 0

AF7 150 0 0

TOTAL MATERIA 450 126

**METODOLOGÍAS DOCENTES**

MD1 Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

MD2 Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: Sentencias y resoluciones, artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior

discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.

MD3 Resolución de casos prácticos, problemas, etc.¿ planteados por el profesor de manera individual o en grupo

MD4 Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos

MD5 Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación final se basa en:

Participación en clase, resolución de ejercicios y casos reales: 60%

Examen final: 40%.

Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria, es necesario obtener un mínimo de 4 puntos (de un total de 10 posibles) en el examen final. Si se suspende la asignatura, el estudiante tiene que presentarse a la convocatoria extraordinaria. En esta convocatoria extraordinaria, se aplica el mismo criterio de evaluación.

**Peso porcentual del Examen Final:** 40

**Peso porcentual del resto de la evaluación:** 60

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Levy, M., and Weitz, B.A. Retailing Management, 8th Edition, Boston: McGraw-Hill Irwin., 2012