

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Administración y Dirección de Empresas

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Redes Comerciales
(2022 - 2023)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Redes Comerciales	Código: 219030901
<ul style="list-style-type: none">- Centro: Facultad de Economía, Empresa y Turismo- Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo- Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas- Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2009-11-25)- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas- Itinerario / Intensificación:- Departamento/s: Dirección de Empresas e Historia Económica- Área/s de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados- Curso: Optativas 3º y 4º- Carácter: Optativa- Duración: Primer cuatrimestre- Créditos ECTS: 6,0- Modalidad de impartición: Presencial- Horario: Enlace al horario- Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es- Idioma: Castellano e Inglés (0,3 ECTS en Inglés)	

2. Requisitos para cursar la asignatura

No se han establecido

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSE MANUEL RAMOS HENRIQUEZ
- Grupo: ÚNICO
General <ul style="list-style-type: none">- Nombre: JOSE MANUEL- Apellido: RAMOS HENRIQUEZ- Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica- Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados

Contacto

- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: jramosh@ull.es
- Correo alternativo: jramosh@ull.edu.es
- Web: <http://www.campusvirtual.ull.es>

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
		Miércoles	09:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4
		Martes	10:00	11:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4

Observaciones: Las tutorías se localizan en la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, planta 2, despacho 4 del módulo 2, del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica.

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4
Todo el cuatrimestre		Miércoles	15:30	16:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4

Observaciones: Las tutorías se localizan en la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, planta 2, despacho 4 del módulo 2, del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica.

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Optativas**

Perfil profesional: **Organización de empresas, Contabilidad y auditoría, Finanzas, Dirección e Investigación comercial**

5. Competencias

Competencias Específicas

CE-28 - Dirección comercial

Competencias Genéricas Instrumentales

CGI-1 - Capacidad de análisis y síntesis

CGI-3 - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa

CGI-4 - Comunicación oral y escrita de una lengua extranjera

CGI-6 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas

CGI-7 - Capacidad para la resolución de problemas

Competencias Genéricas Personales

CGP-9 - Capacidad para trabajar en equipo

CGP-16 - Trabajar en entornos de presión

Competencias Genéricas Sistémicas

CGS-18 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones

CGS-22 - Motivación por la calidad

Competencias para la Aplicabilidad

CA-45 - Habilidad búsqueda de información e investigación

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

1. La entrega al cliente: formatos de distribución minorista y mayorista. Nuevos formatos emergentes: de venta (Marketplaces,...) o de comparación.
2. La estrategia de diseño y gestión del canal. Logística en marketing.
3. Trade Marketing: las decisiones y batalla por estar en el punto de venta
4. Las marcas de distribuidor
5. Merchandising físico versus online
6. Gestión comercial online, E-commerce
7. La gestión de la logística inversa: mercancía, devoluciones y residuos. Logística inversa en el comercio electrónico.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se presentarán en clase artículos, transparencias y/o videos en inglés, relacionados con los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura. Estos contenidos de videos o lecturas en inglés serán evaluados en español, dentro del conjunto de las preguntas tipo test y/o preguntas de respuesta corta de la parte teórica-conceptual del sistema de evaluación.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La metodología que se aplicará para la consecución de los objetivos didácticos de la asignatura combinará:

- Explicación de conceptos de redes comerciales, aplicado al "retail"
- Realización de trabajos y/o caso práctico en equipo
- Realización de tareas de forma individual: Lecturas, ejercicios prácticos, casos y análisis de material audiovisual, ...

El desarrollo de la asignatura se apoyará en el aula correspondiente del campus virtual, donde se encontrarán los materiales utilizados, casos, tareas, ejercicios, ...

El desarrollo de casos y trabajos se realizarán en equipo que se conforman al comienzo del curso

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	30,00	45,00	75,0	[CGI-7], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-1], [CE-28]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	23,75	30,00	53,75	[CA-45], [CGS-22], [CGS-18], [CGP-16], [CGP-9], [CGI-6], [CE-28]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	3,25	0,00	3,25	[CA-45], [CGS-22], [CGS-18], [CGP-16], [CGP-9], [CGI-6], [CE-28]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CA-45], [CGS-22], [CGS-18], [CGP-16], [CGP-9], [CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-1], [CE-28]

Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CA-45], [CGS-22], [CGS-18], [CGP-16], [CGP-9], [CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-1], [CE-28]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Iglesias López, Antonio (2017): Logística y Distribución Manual de logística inversa 1ª ed. 172 Páginas Sieira Valpuesta, Manuel; Ponzoa Casado, José Manuel (2018): Logística y Distribución MK RET@IL Del comercio presencial al e-commerce. Marketing de la distribución 1ª ed. 416 Páginas STERN, LUIS W. ET ALL (1998): *Canales de Comercialización*. Prentice Hall

Bibliografía Complementaria

BERMUDEZ, G.G. (2002): La franquicia: elementos, relaciones y estrategias. ESIC Fundamentos de marketing. Diego Monferrer Tirado
Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I.
http://www.ingebook.com/accedys2.bbt.ull.es/ib/NPcd/IB_Escritorio_Visualizar?cod_primaria=1000193&libro=6574
JACINTO LLORCA (2018). El Código Retail, lo que el management puede aprender de retail. Editorial Libros de Cabecera.
VAZQUEZ, C.R.; Y TRESPALACIOS, G.J.A. (2006): Estrategias de distribución comercial. Thomson, Madrid

Otros Recursos

Videos y ejemplos vistos en clase. Material elaborado por los profesores, que incluirá resúmenes, transparencias y ejemplos. Estos recursos estarán en el aula virtual. www.puromarketing.com

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

Sistema de evaluación:

De acuerdo con el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna la modalidad de evaluación en primera convocatoria será preferentemente la evaluación continua. El alumnado que quiera acogerse a evaluación única en primera convocatoria debe solicitarlo debidamente justificado en las fechas establecidas a través del enlace disponible en el aula virtual de la asignatura.

Evaluación Continua:

Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas, la presentación de todas las tareas y pruebas y tener aprobadas las 2 partes, práctica y teórica, que se describen a continuación.

1) Parte práctica de Evaluación Continua (a lo largo del curso) (50%)

a) Trabajo en equipo:

1.1) Caso práctico (tareas, informe, presentación, defensa ...) (40%).

b) Trabajo individual:

1.2) Test ⁽¹⁾ de procedimientos y metodologías para la elaboración y desarrollo del caso práctico, defensa (10%).

2) Parte teórica-conceptual de Evaluación Continua (50%)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multi-respuesta y/o preguntas cortas de desarrollo

(1). Esta prueba se realizará en la misma fecha oficial de la convocatoria única.

Evaluación única:

Prueba evaluativa de convocatoria única en fecha oficial. Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario aprobar las dos partes para superar la asignatura.

1) Parte teórica-conceptual (50%)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multi-respuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1).

2) Parte práctica (50%)

Resolución de caso práctico (40%).

Test ⁽¹⁾ de procedimientos y metodologías para la elaboración y desarrollo de caso práctico (10%).

Notas adicionales:

(1) Características de las pruebas evaluativas referidas a test tanto de evaluación continua como de evaluación única:

- Las preguntas de tipo test serán con 4 opciones de respuesta múltiple (máximo de 2 opciones correctas). Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 y si sólo se marca una respuesta correcta cuando haya 2 correctas, la pregunta vale el 25%.
- Las preguntas cortas son para desarrollar en un párrafo aproximadamente en un máximo de 150 palabras.
- Contenidos de las preguntas: teóricas o de supuestos de aplicación práctica. Pueden ser de contenidos del temario y material de clase, o también preguntas que se hacen después de visionar un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso.
- En caso de que el test se realice mediante cuestionario alojado en aula virtual, la organización de las preguntas será aleatoria de forma secuencial.

(2) Convocatorias extraordinarias:

El alumnado que se encuentre en las convocatorias extraordinarias 5ª, 6ª y 7ª, por defecto solo tiene derecho a ser evaluado por un Tribunal, pero si quiere optar por la evaluación continua y que sea calificado por el profesor, tendrá que presentar por Sede Electrónica un documento de renuncia al Tribunal para cada convocatoria según establece el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna con la anticipación que establece el Calendario del Grado de la ULL.

(3) Se mantendrá la nota de la evaluación continua en la segunda convocatoria.

(4) Se entenderá agotada la evaluación continua desde que el alumnado se presente al menos al 50% de la nota final de la asignatura.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CGI-7], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-1], [CE-28]	Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico-prácticas basadas en la bibliografía básica, los temas y complementos explicados por el profesor en clase. Para superar la prueba objetiva se exigirá el 50% del total.	50,00 %
Trabajos y proyectos	[CA-45], [CGS-22], [CGS-18], [CGP-16], [CGP-9], [CGI-6], [CE-28]	Diseño, ejecución y defensa de un trabajo práctico relacionado con la asignatura. Este trabajo se realizará en grupo, tanto en clase como fuera de clase. Se requerirá la entrega en grupo y defensa individual (de cualquier parte del trabajo) de los distintos componentes para su evaluación.	50,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá ser capaz de tomar decisiones relativas a:

- Ser capaz de aplicar a la práctica de la gestión del retail y los canales los conocimientos teóricos adquiridos.
- Saber analizar y aplicar los conceptos, principios y técnicas necesarios para la elaboración de un diseño de canales y gestión interna del retail.
- Ser capaz de aplicar políticas de retail adaptadas al mercado.
- Ser capaz de reconocer y aportar soluciones a problemas de tipo comercial.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

La distribución de los temas por semanas es orientativo, puede sufrir cambios según necesidades de organización docente

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Presentación de la asignatura. Tema 1	Clases teóricas-prácticas (GG) Sin clases prácticas	2.50	6.00	8.50
Semana 2:	Tema 1	Clases teóricas- prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75

Semana 3:	Tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM) Actividad formativa	5.75	6.00	11.75
Semana 4:	Tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 4	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Tema 4	Clases teórico-prácticas (GG) Clases prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Tema 5	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Tema 5	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 11:	Tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Tema 7	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Tema 7	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tutorías	Tutorías	3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Examen		3.00	0.00	3.00
Total			60.00	90.00	150.00