



Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Administración y Dirección de Empresas

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Redes Comerciales
(2024 - 2025)**

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 de matrícula y calificación

No se han establecido

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSE MANUEL RAMOS HENRIQUEZ
- Grupo: Grupo 2, PA201, PA202
General
- 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	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	6
		Miércoles	16:30	18:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	6

Observaciones: Las tutorías se localizan en la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, planta 1, despacho 6, módulo 3 (en frente al Salón de Grados), del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Las tutorías de los miércoles de 9:00-12:00 serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso del Google Meet con la dirección del correo jramosh@ull.edu.es

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:30	14:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	6

Observaciones: Las tutorías se localizan en la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, planta 1, despacho 6, módulo 3 (en frente al Salón de Grados), del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Las tutorías de los miércoles de 8:30-11:30 serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso del Google Meet con la dirección del correo jramosh@ull.edu.es

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.

En esta asignatura se permite el uso de IA generativa (GenIA) para investigar conceptos, mejorar textos u obtener perspectivas diversas, siempre de manera ética y transparente, haciendo referencia a su uso. Se advierte que los resultados que genera pueden contener inexactitudes. No se permite su uso para generar respuestas en tareas, durante evaluaciones, ni de forma que impida el aprendizaje personal crítico y creativo en el alumnado.

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	[CE-28], [CGI-1], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-7]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	23,75	30,00	53,75	[CE-28], [CGI-6], [CGP-9], [CGP-16], [CGS-18], [CGS-22], [CA-45]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	3,25	0,00	3,25	[CE-28], [CGI-6], [CGP-9], [CGP-16], [CGS-18], [CGS-22], [CA-45]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CE-28], [CGI-1], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-6], [CGI-7], [CGP-9], [CGP-16], [CGS-18], [CGS-22], [CA-45]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CE-28], [CGI-1], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-6], [CGI-7], [CGP-9], [CGP-16], [CGS-18], [CGS-22], [CA-45]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Iglesias López, Antonio (2017): Logística y DistribuciónManual de logística inversa 1 ª ed. 172 Páginas

Sieira Valpuesta, Manuel; Ponzoa Casado, José Manuel (2018): Logística y DistribuciónMK RET@ILDel comercio presencial al e-commerce. Marketing de la distribución 1 ª ed. 416 Páginas

Estefanía Yáñez Lorenzo, María Jesús Merino Sanz (2021). De la emoción a la compra : por qué y cómo compramos. Editorial ESIC.

Bibliografía Complementaria

Fundamentos de marketing. Diego Monferrer Tirado

Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I.

http://www.ingebook.com.accedys2.bbtk.ull.es/ib/NPcd/IB_Escritorio_Visualizar?cod_primaria=1000193&libro=6574

Juan carlos García Villalobos y otros (2021). La cadena de suministro (Supply chain): la gestión de la logística comercial. Editorial CEU Ediciones.

JACINTO LLORCA (2018). El Código Retail, lo que el management puede aprender de retail. Editorial Libros de Cabecera.

BERMUDEZ, G.G. (2002): La franquicia: elementos, relaciones y estrategias. ESIC

VAZQUEZ, C.R.; Y TRESPALACIOS, G.J.A. (2006): Estrategias de distribución comercial. Thomson, Madrid

STERN, LUIS W. ET ALL (1998):

Canales de Comercialización

. Prentice Hall

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

<https://marketing4ecommerce.net/>

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 el profesorado promoverá la evaluación continua como forma preferente para la adquisición de conocimientos y competencias. No obstante, para optar a la evaluación única en primera convocatoria, el alumnado deberá comunicarlo a través del procedimiento habilitado en el aula virtual de la asignatura antes de haberse presentado a las actividades cuya ponderación compute el 100% de la evaluación continua.

Evaluación Continua:

Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia activa 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. Para mayor detalle consultar las *Especificaciones Generales 1*, 2*, 3*, 4* y 5** que se indican más abajo.

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, y/o respuesta individual a preguntas de la defensa del trabajo (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. Para mayor detalle consultar las *Especificaciones Generales 1*, 2*, 3*, 4* y 5** que se indican más abajo.

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%).

Especificaciones generales

(1*) *Características de las pruebas evaluativas referidas a test y a preguntas cortas:* En los test multirrespuesta, cada pregunta tendrá 4 opciones de respuesta de las cuales puede ser correcta una o dos. Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 (no resta) y si solo se marca una respuesta correcta cuando haya 2, la pregunta vale el 25%.

- En los test de respuesta única, las preguntas incorrectas restan el 33,3%.
- En las preguntas tipo test tanto de respuesta única como de multirespuesta, también se podrá incluir la solicitud de una breve justificación de la respuesta.
- 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 y de forma secuencial una a una.

(2) Calificación:*

Si la media de la calificación de la asignatura es igual o superior a 5,0 pero no superase alguno de los requisitos mínimos contemplados, no se superará la asignatura y la calificación en el acta es la nota de la parte no superada o en su caso de un 3.

(3) Mantenimiento de las calificaciones de evaluación continua:*

Para la evaluación única en primera y segunda convocatoria, se mantendrá la calificación obtenida en la parte práctica de la evaluación continua de la asignatura en caso de estar superada.

(4) Convocatorias extraordinarias:*

El alumnado que se encuentre en quinta o sucesivas convocatorias, si desea ser evaluado por un Tribunal deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida al Decano de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles del comienzo del periodo de exámenes. En cualquier caso, las condiciones deben consultarse en la normativa específica aprobada por el

Vicerrectorado de Estudiantes.

(5*) Convocatoria de marzo de finalización de estudios

En esta convocatoria se conserva la nota práctica si ha sido superada en el curso anterior.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CE-28], [CGI-1], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-7]	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	[CE-28], [CGI-6], [CGP-9], [CGP-16], [CGS-18], [CGS-22], [CA-45]	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 1	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM). Entrega EC1.	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM). Entrega EC2.	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Tema 4	Clases teórico-prácticas (GG) Clases prácticas (GM). Entrega EC3.	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Tema 4	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 5	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM) Actividad formativa (viernes).	5.75	6.00	11.75
Semana 12:	Tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM). Entrega EC4. Defensa	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Tema 7	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM). Defensa	3.75	6.00	9.75
Semana 15 a 17:	Examen y tutorías		6.75	6.00	12.75
Total			60.00	90.00	150.00