



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

FICHA ASIGNATURA.

NOMBRE ASIGNATURA: La cadena de valor y nuevas formulas empresariales de distribución comercial

NÚMERO DE CRÉDITOS: 6 **CUATRIMESTRE:** 1º

PROFESOR/A: María José Díaz Santiago

Teléfono: 913942500

Correo electrónico: mjdiazsa@ucm.es

Horario de tutorías: martes, de 15'30 a 16'30, Fac. CC. Económicas y Empresariales (desp. 105, pabellón de 3º), jueves, de 17'30 a 18'30 h., Fac. Derecho (desp. polivalente), viernes, de 16 a 17 h., Fac. Comercio y Turismo (Semin. Multidisciplinar).

Con esta asignatura se pretende avanzar y actualizar conocimientos sobre el consumo en un entorno novedoso y en continua transformación como es el de la distribución comercial como herramienta de marketing, donde confluyen empresas diferenciadas jurídicamente y con responsabilidades diferenciales, pero que cooperan dentro de una cadena de valor globalizada con espacio laborales más o menos cercanos y unos grupos de interés que se presentan con demandas antagónicas.

OBJETIVOS FORMATIVOS:

Capacitar en el conocimiento que la lógica de la cadena de valor tiene en la distribución comercial en la sociedad de consumo actual en relación a los diferentes grupos de interés, así como sus sinergias sobre el consumo desde el ámbito de la perspectiva crítica.

COMPETENCIAS ACADÉMICAS Y PROFESIONALES

➤ **Competencias Básicas:** *ver a continuación.*



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

➤ ***Competencias Generales:***

- CG1: Capacidad para resolver problemas.
- CG2: Capacidad de análisis y síntesis.
- CG3: Capacidad de organización y planificación.
- CG4: Capacidad de comunicación y trabajo en equipo.

➤ ***Competencias Transversales:***

- CT1: Capacidad de búsqueda de información e investigación.
- CT4: Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.
- CT5: Usar tecnologías de la información y las telecomunicaciones.

➤ ***Competencias Específicas:***

- CE2: Conocimientos del desarrollo de la distribución comercial
- CE3: Conocimientos sobre los procesos de toma de decisiones en el ámbito público y empresarial.
- CE6: Conocer desde una perspectiva social, jurídica y psicológica el problema social que conlleva la cadena de valor en la distribución comercial.

METODOLOGÍA DOCENTE:

A todas las actividades formativas se les aplicará una metodología de enseñanza-aprendizaje mixta para que el aprendizaje del estudiante sea colaborativo y cooperativo.

➤ **Clases teóricas:** 40%

➤ **Clases prácticas:** 30%

- Seminarios,
- exposiciones,
- presentaciones, y
- otras actividades



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

➤ **Trabajo individual/grupo: 30%**

- análisis documental
- análisis empírico
- estado del arte
- clasificación bibliográfica,
- etc.

➤ **TOTAL: 100%**

TEMARIO:

BLOQUE I.- Formas jurídicas y creación de empresas como herramienta de marketing empresarial:

- Emprendimiento en la actualidad
- Modelo de negocio y oportunidad
- Plan de negocio entre el autoempleo y la empresa según la cadena de valor
- Relaciones y alianzas competitivas

BLOQUE II.- Análisis del proceso de dirección estratégica de la empresa según la cadena de valor de la distribución:

- Misión, valores y objetivos empresariales
- Análisis interno y externo para un entorno competitivo
- Tecnología, marketing y grupos de interés

BLOQUE III.- Sucesión organizativa empresarial en la distribución comercial como herramienta para el consumo:

- Entornos y sistemas estratégicos
- Conflicto y relaciones de poder
- Marco normativo e instituciones
- RSC
- Relaciones laborales
- La relación con el consumidor/a



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. (2012): *Generación de modelos de negocio*, Grupo Planeta, Deusto, Barcelona.
- VAZQUEZ CASIELLES, R., TRESPALACIOS GUTIERREZ, J. A. (2005). *Estrategias de Distribución Comercial*. Editorial Thomson
- DE JUAN VIGARAY, M. D. (2004) *Comercialización y Retailing*. Editorial Pearson.
- GUERRAS MARTÍN, L.A.; NAVAS LÓPEZ, J.E. (2014): *Casos de Dirección Estratégica de la Empresa*, Thomson Civitas, Madrid, 5ª Edición.
- NAVAS LÓPEZ, J.E.; GUERRAS MARTÍN, L.A. (2012): *Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa*, Thomson Reuters Civitas, Cizur Menor.
- APARICIO, G., Y ZORRILLA, P. (2016). *Distribución comercial en la era omnicanal*. Madrid, Ediciones Pirámide.

Nota. El material de lectura, por lo general, será colgado en el Campus Virtual.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Examen(es) escrito(s)/oral(es): 65%

Presentación de trabajos: 15%

Ejercicios y/o Prácticas: 10%

Participación activa en clase y Presentaciones orales: 10%

SISTEMA DE CALIFICACIÓN:

Comprensión del contenido de la asignatura; capacidad de explicación, elaboración y utilización (no simplemente memorística) de los materiales empleados; uso de los contenidos de las clases teóricas para el abordaje de casos prácticos; participación en clase y en las actividades propuestas.

La asistencia a clase es obligatoria. La evaluación del alumnado se realizará teniendo en cuenta la evaluación continua. Si el alumno realiza el



Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

examen extraordinario, su calificación será la que se obtenga de aplicar los porcentajes establecidos en la guía docente de la asignatura.

Los seminarios prácticos de la asignatura tendrán lugar una vez al mes en el mismo aula del grupo. El/la profesor/a informará con antelación de las fechas previstas en las que se desarrollarán las sesiones prácticas y la metodología a seguir.

Se calificará según el RD 1125/2003, de 5 de septiembre, de la siguiente forma: Calificación en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 0,0 - 4,9 → Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9: → Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9: → Notable (NT)
- 9,0 - 10: → Sobresaliente (SB)

La mención de “Matrícula de Honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,5, siempre que no supere el cupo establecido por la normativa Complutense.

OTROS RECURSOS

- Se colgarán en el Campus Virtual.