Universidad de Navarra

Distribución y logística

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: La distribución, o el *placement*, es una de la cuatro variables clásicas del marketing cuya función básica consiste en acercar los productos a los consumidores para que puedan adquirirlos. La generalización de internet ha provocado en los últimos años un auténtico *tsunami* en el mundo de la distribución de bienes y servicios con la posibilidad de abrir nuevas vías de venta y contacto con los clientes. Al mismo tiempo, asegurar que esos productos están a disposición de los clientes requiere conocer y establecer los sistemas logísticos adecuados y calcular el impacto en el precio del producto.

- **Titulación**: Grado en Marketing
- **Módulo/Materia**: Módulo III/Mercados y Clientes. Nivel 2. Variables de Marketing y logística internacional
- **ECTS**: 6
- **Curso, semestre**: 3º tercer curso, 2º semestre
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: Dña. Cristina Lacave, profesora invitada
- **Departamento:** Marketing y empresas de comunicación
- **Idioma**: castellano
- **Aula, Horario**: Aula 3, lunes y martes de 9 a 11

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

COMPETENCIAS GENERALES

CG3 - Conocer las herramientas y técnicas propias de los procesos de innovación y emprendimiento que se producen en torno a la gestión del marketing.

CG4 - Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.

CG5 - Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE10 - Identificar y analizar los principales elementos de gestión del marketing, y particularmente sobre las variables del mix de marketing: dirección comercial y ventas, distribución y logística, precio, producto y comunicación.

CE23 - Conocer las variables de gestión de los canales de la distribución.

CE24 - Conocer los aspectos clave de las actividades de merchandising y gestión del punto de venta.

PROGRAMA

Logística de marketing y distribución de mercancías.

- Introducción. Fases de la cadena logística
- La distribución capilar y su contratación
- Componentes de la logística: unidades de carga y contenedores
- Transporte de larga distancia: Análisis y características de los servicios de transporte de larga distancia
- Planificación de operaciones de transporte de larga distancia
- Gestión documental básica de operaciones de transporte internacional

Precios y servicios

- La incidencia de los costes logísticos en el precio del producto
- Incoterms 2020
- El problema de los Aranceles y aduanas en la cadena logística y en la distribución

Distribución comercial: definición, características. Papel de los canales de distribución

Retail Marketing: nivel estratégico y nivel operativo

Las variables operativas del retail marketing

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura se impartirá a través de las siguientes actividades docentes:

- clases presenciales que presentarán los contenidos principales de la asignatura y servirán también para el debate de casos de estudio y la realización de ejercicios prácticos. (60 H.)

- trabajos en grupo: para desarrollar y consolidar los conceptos aprendidos en la parte de logística, habrá un trabajo en grupo que terminará con una presentación y la entrega de un dossier. (25 H.)

- trabajos personales y/o parcial. (25 H.)

- estudio personal: habrá materiales disponibles para el trabajo y el estudio de los alumnos. Vídeos, presentaciones, artículos y textos sugeridos para el trabajo. (40 H.)

EVALUACIÓN

Universidad de Navarra

CONVOCATORIA ORDINARIA

- El 70% de la nota se corresponde con el examen final, que recogerá los principales contenidos de las clases y los textos de estudio de ambas partes de la asignatura. Es **preciso aprobar el examen** para aprobar la asignatura.
- El 30% restante corresponderá a los trabajos y parcial realizados en la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Un examen que contará el 70% de la nota. Adicionalmente, el alumno deberá entregar un análisis de un caso logístico a la profesora de la asignatura a tiempo. Estos trabajos supondrán el 30% de la nota.
- En el caso de que un alumno haya realizado los trabajos requeridos durante el curso, se podrá mantener la nota obtenida en lugar de realizarlos.
- Para alumnos en tercera o cuarta convocatoria, no se mantendrán las notas de los trabajos de cursos anteriores, y habrá que realizar de nuevo todas las tareas.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dña. Cristina Lacave

- Mediante cita previa por correo electrónico.

BIBLIOGRAFÍA

Manual de la asignatura:

Aparicio, Gloria y Zorrilla, Pilar (cords.), 2015: Distribución comercial en la era omnicanal, Editorial Pirámide. Localízalo en la Biblioteca

Otros textos:

Stern, Louis W., El-Ansary, Adel I., Coughlan, Anne T. y Cruz, Ignacio, Canales de Comercialización, 1998, Prentice Hall. Localízalo en la Biblioteca

Soret de los Santos, Logísitica y marketing para la distribución comercial, ESIC; Colección Empresa, 1996. Localízalo en la Biblioteca