



ANEXO II: MODELO DE ADENDA PARA INTRODUCIR CAMBIOS SOBRE LAS GUÍAS DOCENTES

ADENDA A LA GUÍA DOCENTE CON MOTIVO DE LA CRISIS COVID-19*

Datos de la asignatura

Centro: Facultad de Economía y Empresa	
Titulación: Máster Oficial en Administración y Dirección de Empresas (MADE)	
Profesor responsable: M ^a José Sanzo Pérez	
Nombre asignatura: Gestión de Canales de Distribución y Comercio Electrónico	
Tipo de Asignatura: Optativa	Temporalidad: Segundo semestre
Código SIES: MADIEM02-1-016	Curso: Primero

Cambios introducidos en los contenidos

SESIÓN 1: Martes 21 de abril (9:00-11:30)

M^a José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo)

Presentación y organización de la asignatura

¿Hacia dónde se dirige el sector de la distribución comercial? (I)

- La distribución comercial como sector estratégico. Las lecciones del Covid-19.
- Diversificación de formatos, internacionalización y concentración.
- Formatos orientados al precio versus formatos orientados a las experiencias.
- Las tiendas se reinventan: la experiencia del cliente es clave.
- Transformación digital: la tienda física inteligente.
- Transformación digital: comercio electrónico.
- La estrategia omnicanal / O2O.
- La última milla: robotización.

SESIÓN 2: Miércoles 22 de abril (9:00-11:30)

M^a José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo)

¿Hacia dónde se dirige el sector de la distribución comercial? (II)

- Desarrollo de alianzas fabricante-distribuidor.
- Un enfoque para diseñar una alianza fabricante distribuidor.
- Etapa 1: Análisis externo/interno. ¿Por qué una alianza?
- Etapa 2: Selección del socio: análisis de riesgo. ¿Con quién?
- Etapa 3: Diseño de la alianza: Acuerdo marco de cooperación. ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?

* Los cambios introducidos no deben alterar las competencias ni los resultados de aprendizaje esperados



SESIÓN 3: Lunes 27 de abril (9:00-11:30)

Gerardo Arias / Guillermo Suárez / (ALIMERKA/IKEA)

Canales de distribución

- Nuevos formatos que venían y que se quedarán tras el Covid-19.
- Qué piden los consumidores. Expectativas.
- Qué proponen y trabajan los retailers.

SESIÓN 4: Miércoles 6 de mayo (9:00-11:30)

Ana M^a Díaz Martín (Universidad Autónoma de Madrid)

El comercio electrónico (I)

- El comercio electrónico antes de la pandemia del Covid-19. Vídeos-presentación.
- Preguntas y caso práctico.

SESIÓN 5: Viernes 8 de mayo (9:00-11:30)

Ana M^a Díaz Martín (Universidad Autónoma de Madrid) (9:00-10:30)

El comercio electrónico (II)

- El comercio electrónico durante y después de la pandemia del Covid-19. Vídeos-presentación.
- Preguntas y caso práctico.

Ad de Jong (Copenhagen Business School) (10:30-11:30)

How can young companies effectively manage their slack resources to ensure sales growth: The contingent role of value-based selling

Seminario de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial

SESIÓN 6: Miércoles 13 de mayo (9:00-11:30)

Gerardo Arias / Guillermo Suárez / (ALIMERKA/IKEA)

Factor clave en las nuevas organizaciones. Las PERSONAS (I)

- Qué nos mueve más allá de la pantalla: I de LIDERAZGO (I).

SESIÓN 7: Viernes 15 de mayo (9:00-11:30)

Gerardo Arias / Guillermo Suárez / (ALIMERKA/IKEA)

Factor clave en las nuevas organizaciones. Las PERSONAS (II)

- Qué nos mueve más allá de la pantalla: I de LIDERAZGO (II).

SESIÓN 8: Miércoles 20 de mayo (11:30-14:00)

M^a José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo)

Presentación trabajos en grupo

SESIÓN 9: Lunes 26 de mayo (10:00)

M^a José Sanzo Pérez (Universidad de Oviedo)

Evaluación de la asignatura



Cambios introducidos en las metodologías y plan de trabajo

La asignatura **Gestión de Canales de Distribución y Comercio Electrónico** se impartirá en el curso 2019-2020 de manera online, utilizando los recursos proporcionados por la plataforma **Microsoft Teams** y el **Campus Virtual** de la Universidad de Oviedo. Concretamente, se combinarán las siguientes herramientas:

1. **Vídeo-conferencias en tiempo real** (sincrónicas) para la explicación de los contenidos principales de la asignatura, el comentario y debate de casos y la resolución de dudas.
2. **Vídeos breves** para visualizar por parte de los estudiantes antes de la realización de una determinada tarea.
3. **Trabajo colaborativo** de los estudiantes a través del Blog de Notas de Clase durante la celebración de las sesiones.
4. **Realización de un trabajo en grupo** por parte de los estudiantes fuera del horario de clases: Diseño de una alianza estratégica entre un fabricante y un distribuidor de productos de consumo.

Cambios introducidos en la evaluación

La **evaluación** de la asignatura se llevará a cabo de la siguiente manera:

1. Realización de un **examen final** (35%). En caso de que el examen presencial no sea posible como consecuencia de las condiciones impuestas por el Estado de Alarma decretado el 14 de marzo, el examen se realizará online a través del Campus Virtual o de Microsoft Teams en la fecha y hora señalada oficialmente. Consistirá en la realización individual de una tarea y/o un pequeño caso con preguntas cortas.
2. Realización del **trabajo en grupo**: 35%.
3. Participación y realización de **tareas** (individuales y/o en grupo) durante las sesiones y/o enviadas después de las mismas: 30%.

Cambios introducidos en las tutorías

TUTORÍAS M^a JOSÉ SANZO PÉREZ

Contacto a través de Microsoft Teams y/o correo electrónico (mjsanzo@uniovi.es)

Horario:

Lunes, martes y jueves: 12:00-14:00