

Plan 418 GRADO EN COMERCIO

Asignatura 41021 URBANISMO COMERCIAL

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Optativa

Créditos ECTS

3 Créditos ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

GENERALES

G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.

G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.

G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

G4 Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.

G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.

G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

ESPECÍFICAS

E8. Conocer las condiciones de implantación y gestión de puntos de venta.

E21. Comprender el impacto del entorno jurídico en la empresa y en especial en el área comercial.

TRANSVERSALES

T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.

T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.

T3. Aprender a comprender y respetar la diversidad social y la multiculturalidad como un componente enriquecedor personal y colectivo, con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social o política.

T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.

T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.

T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.

T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

El objetivo de la asignatura es desarrollar competencias para que los alumnos se familiaricen con el ejercicio de la toma de decisiones y la gestión de las actividades comerciales. Para esta función, la asignatura capacita en el conocimiento de la dinámica urbana y de las normativas que condicionan la distribución de actividades comerciales. Este objetivo global se estructura en los objetivos generales siguientes:

1. Capacitar al alumnado para tomar decisiones de localización que permitan el éxito de actividades comerciales.
2. Capacitar al alumnado para gestionar los procedimientos legalmente establecidos para poder desarrollar una actividad comercial en una ubicación concreta.
3. Capacitar al alumno para localizar la distribución de actividades y para poder determinar nichos de mercado o posible distribución de actividades de promoción y publicidad.
4. Capacitar al alumnado para entender las actuales tendencias en materia de comportamiento del consumidor y de desarrollo de los formatos comerciales en relación con sus implicaciones con la planificación urbanística y territorial.
5. Capacitar al alumno para planificar, gestionar y dinamizar un "centro comercial abierto".
6. Capacitar al alumno para evaluar críticamente las fortalezas y debilidades del modelo de urbanismo comercial vigente en nuestro país.

Contenidos

Módulo 1. Estructura y dinámica de la sociedad contemporánea. Localización de actividades comerciales

1. LA CIUDAD

- 1.1. Ciudad compacta y ciudad difusa
- 1.2. El espacio público centrifugado
- 1.3. Seguridad y vigilancia

2. EL COMERCIO EN LA CIUDAD

- 2.1. El flâneur en el centro comercial
- 2.2. El centro comercial en la ciudad. La ciudad en el centro comercial
- 2.3. Hiperrealidad y simulacro
- 2.4. La ciudad como parque temático.

Módulo 2. Ordenación espacial del comercio

1. LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA. Formatos comerciales.

Estrategias de localización. Relación entre nuevos formatos comerciales y expansión urbana. Factores determinantes en la evolución del sector.

2. URBANISMO COMERCIAL COMO CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN DE LOS GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (GEC). Fundamentos de la regulación pública de los GEC: consecuencias socioeconómicas,

urbanísticas y medioambientales de su implantación. La tensión «comercio tradicional-grandes superficies» y la tensión «centro-periferia». Evolución histórico-normativa del control de la implantación de los GEC: de la intervención municipal al control autonómico. Régimen jurídico de la instalación de los establecimientos comerciales.

Consecuencias de la Directiva de Servicios. Especial referencia a la normativa castellano y leonesa.

3. URBANISMO COMERCIAL COMO ESTRATEGIA DE REVITALIZACIÓN DE LOS CENTROS URBANOS.

Planificación y desarrollo de los Centros Comerciales Abiertos (CCAs). Asociacionismo y gestión unitaria. Papel del sector público. Experiencias comparadas en la gestión de centros comerciales urbanos: Los Business Improvement Districts (BIDs).

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, realización de trabajos individuales/grupales y exposición de los mismos. Cada una de las ocho semanas se realizará un trabajo práctico previamente planificado en clase. Lectura de textos, recepción de videos documentales, ejercicios de trabajo de campo, análisis y comentario de normativas, resolución de casos prácticos, etc.

Crterios y sistemas de evaluaci3n

Evaluaci3n continuada: cada semana los profesores de la asignatura propondr3n la realizaci3n de un trabajo, que se presentar3 por escrito o se expondr3 p3blicamente. Para superar la asignatura los alumnos deber3n presentar al menos el 75% de las actividades propuestas. La calificaci3n final ser3 el resultado de la suma de las calificaciones obtenidas en cada uno de los trabajos.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Horario de tutor3as: V3ase la web de la Uva.

MATERIALES BIBLIOGR3FICOS:

AGECU, Iniciativas para la gesti3n de centros urbanos en Espa1a, junio 2012.

<http://www.agecu.es/index.php/documentos/documentos-agecu.html>

ALV3REZ CANTALAPIEDRA, Santiago y VILLAREJO GALENDE, Helena, "La regulaci3n de los grandes centros comerciales: una aproximaci3n sociol3gica y jur3dica", Revista de Derecho, Vol. XV, diciembre, 2003, p. 131-155.

http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-09502003000200006&script=sci_arttext&tlng=es

APARICIO DE CASTRO, Mar3a Gloria; TEJADA BARRENETXEA, Susana y ZORRILLA CALVO, Pilar, "Dinamizaci3n del comercio urbano en Espa1a", Distribuci3n y consumo, n3m. 20, N3 111, 2010, pp. 40-51.

http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag_040-051_Aparicio-Tej_Zor.pdf

BACHILLER MART3NEZ, Jes3s, FRECHOSO REMIRO, Juan Carlos y VILLAREJO GALENDE, Helena (eds.): Jornadas Internacionales sobre urbanismo y gesti3n comercial, Universidad de Valladolid, Soria, 2012.

<http://www.uva.es/export/sites/default/contenidos/departamentos/economiaAplicada/documentos/JIUGC.pdf>

BENJAMIN, W.: Iluminaciones II, Baudelaire, Madrid, Taurus, 1972.

BL3ZQUEZ ALONSO, Noem3, "El nuevo urbanismo comercial trazado por la Uni3n Europea", Actualidad Jur3dica Ur3a Men3ndez. Homenaje al profesor D. Juan Luis Iglesias Prada, 2011.

<http://www.uria.com/documentos/publicaciones/3194/documento/art10.pdf?id=3339>

CASTRESANA, Javier, "Urbanismo, comercio y centro ciudad, Distribuci3n y Consumo, n3m. 34, 1997.

http://www.marm.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1997_34_5_9.pdf

CASTRESANA, Javier, "Nuevas concepciones del urbanismo comercial", Distribuci3n y Consumo, n3m. 48, 1999.

http://www.marm.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1999_48_30_36.pdf

CONSEJO SUPERIOR DE C3MARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACI3N DE ESPA1A, "An3lisis de distintas experiencias internacionales de gesti3n de centros comerciales urbanos", Programa de dinamizaci3n comercial urbana y la creaci3n de gerencias de Centros Urbanos Comerciales, Madrid, diciembre, 2010.

DEBORD, G.: La sociedad del espect3culo, Valencia, Pretextos, 1999.

ELIZAG3RATE, Victoria de, "El comercio y la regeneraci3n urbana de la ciudad: una estrategia integral de marketing de ciudades", Distribuci3n y Consumo, n3m. 40, enero-febrero, 2006, pp. 40-49.

http://www.mercasa.es/files/multimedios/1290789037_DYC_2005_84_40_47.pdf

EZQUIAGA, Jos3 Mar3a, "Planeamiento urbano y comercio" (pp. 9-24), en El nuevo urbanismo comercial, Jornadas Elche, 1998, pp. 9-24. <http://www.futurelx.com/esfera/documentos/jorUrban.pdf>

FRECHOSO REMIRO, Juan Carlos, "La influencia del urbanismo en los centros comerciales tradicionales: los casos de Burgos, Soria y Valladolid", VI Congreso de Econom3a Regional, Zamora, 1998.

http://www.jcyl.es/jcyl/cee/dgeae/congresos_ecoreg/CERCL/1611.PDF

JACOBS, J.: Muerte y vida de las grandes ciudades, Madrid: Capitan Swing, 2011.

NOGUERA DE LA MUELA, Bel3n, "El impacto de la Directiva de servicios sobre el sector del comercio: En especial, el caso de Catalu1a", Revista de Administraci3n P3blica, n3m. 184, enero-abril, 2011, pp. 237-271.

http://www.larioja.org/upload/documents/684932_RAP_N_184-2011.El_impacto_de_la_Directiva.pdf

RITZER, G.: El encanto de un mundo desencantado. Barcelona, Ariel, 2000.

ROVIRA LARA, Agust3n, "¿Mito o realidad? La situaci3n de los centros comerciales urbanos en Espa1a".

Presentaci3n de los resultados del Estudio sobre la Gesti3n de Centros Urbanos en Espa1a. 2011.

http://www.camaras.org/publicado/Informatica/Documentos/agustin_rovira_mito_o_realidad.pdf

SALVADOR ARMEND3RIZ, Mar3a Amparo y VILLAREJO GALENDE, Helena, "La Directiva de servicios y la regulaci3n de los grandes establecimientos comerciales en Navarra", Revista jur3dica de Navarra, n3m. 44, 2007, pp. 45-86.

http://www.navarra.es/home_es/Gobierno+de+Navarra/Organigrama/Los+departamentos/Presidencia+justicia+e+interior/Publicaciones/Revistas/Revista+Juridica+de+Navarra/Sumarios/sumario44.htm

SANCHEZ DEL RIO, Roger, "Nuevos y cl3sicos entornos comerciales: una carrera global de 3xitos y obst3culos no compartidos", Distribuci3n y Consumo, n3m.16, Julio-Agosto, 2010. http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag_016-033_sanchez-rios.pdf

SORKIN, M. (ed.): Variaciones sobre un parque tem3tico, Barcelona, Gustavo Gili, 2004.

TARRAG3, Mar1al, "Urbanismo comercial. Respuestas de futuro para el binomio comercio/ciudad", Distribuci3n y Consumo, n3m. 2, 1992, pp. 10-31.

http://www.marm.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1992_2_10_31.pdf

TARRAG3, Mar1al, "Localizaci3n comercial e impactos territoriales", Distribuci3n y consumo, n3m. 20, 1995, pp. 30-38. http://www.marm.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1995_20_30_38.pdf

L3PEZ DE LUCIO, Ram3n, "La vitalidad del espacio p3blico urbano en riesgo: Implicaciones urban3sticas de la creciente concentraci3n en enclaves de la actividad comercial", Distribuci3n y Consumo, 2002 NOV-DIC; A1O 12 (66), pp. 25-41. http://www.mercasa.es/files/multimedios/1297616155_DYC_2002_66_25_37.pdf

VAH3 SERRANO, Amal3a, "El territorio y la orientaci3n comercial. La salvaguarda del patrimonio territorial en las

Comunidades Autónomas de España", Anales de geografía de la Universidad Complutense, Vol. 30, núm. 1, 2010, págs. 139-161. <http://revistas.ucm.es/ghi/02119803/articulos/AGUC1010120139A.PDF>

VILLAREJO GALENDE, Helena, "Sostenibilidad y revitalización urbana: nuevas propuestas para la regulación de la implantación de los grandes establecimientos comerciales", Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales, XL (156) 2008. <http://www.agecu.es/index.php/documentos/legislacion.html>

VILLAREJO GALENDE, Helena, "Espacios públicos gobernados privadamente", Papeles de relaciones ecosociales y cambio global, núm. 101, 2008, pp. 101-116. <http://www.fuhem.es/revistapapeles/index.aspx?numero=101>

VILLAREJO GALENDE, Helena, "El nuevo régimen de las autorizaciones comerciales en España. Una lectura hitchcockiana de los efectos de la Directiva de servicios: ¿De Psicosis a Sabotaje?", Revista catalana de dret públic, núm. 42, 2011, pp. 217-256. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=602505>

VILLAREJO GALENDE, Helena, "Cap marc obert d'actuació de les zones comercials urbans", Jornada sobre el Futur dels Centres Urbans. El model de Gestió i Finançament, Fundació Comerç Ciutadà, Terrassa, junio, 2012. <http://www.slideshare.net/FundacioComersCiutada/i-jornada-fundaci-comer-ciudad-presentaci-helena-villarejo>

VILLAREJO GALENDE, Helena, "Licencias comerciales: Su persistencia tras la Directiva de Servicios, Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, núm. 868, 2012, págs. 91-112. http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_868_91-112_EC2DB80213FB5B32FDBF70FBE5D1F720.pdf

Calendario y horario

Los establecidos en la página web de la Facultad de Comercio.
Las clases darán comienzo el día 4 de marzo.

BLOQUE TEMÁTICO

CARGA ECTS

PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

Bloque 1

1,5 ECTS

Semanas 1ª a 4ª

Bloque 2

1,5 ECTS

Semanas 5ª a 8ª

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

HORAS PRESENCIALES

Clases teóricas

Clases prácticas

Actividades académicamente dirigidas

Evaluación

15

15

-

HORAS NO PRESENCIALES

Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos

Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos

Realización de trabajos, informes, memorias, ...

Preparación orientada a la evaluación

15

15

15

-

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

HELENA VILLAREJO GALENDE

DATOS DE CONTACTO

Departamento de Derecho Público - despacho 423

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de Valladolid

Avenida Valle Esgueva, 6

47011 Valladolid (SPAIN)

Tel. (+34) 983 185 947

email: helenav@eco.uva.es

BREVE CV

Doctora en Derecho por la Universidad de Valladolid. Ha desempeñado actividades investigadoras en diversas universidades extranjeras en Nueva York, Cardiff y Toronto. Sus investigaciones se dirigen al terreno del Derecho Administrativo Económico, con especial atención a la regulación comercial, el urbanismo y la contratación pública. Ha publicado varios libros, entre los que destaca: Régimen jurídico de los horarios comerciales (1999) y Equipamientos comerciales. Entre el urbanismo y la planificación comercial (2008); es autora, asimismo, de más de una treintena de artículos doctrinales y capítulos de libros. Ha asesorado en la redacción y elaboración de diversas normas tanto estatales como autonómicas y participado en varios proyectos de investigación. Es miembro del Instituto de Estudios Europeos y del Instituto Universitario de Urbanística.

Idioma en que se imparte

Español
