

Assignatura

GESTIÓ DE LA DISTRIBUCIÓ

Curs	Cicle	Quadrimestre	Professor	Codi
2005-2006	2on	febrer -maig	Josep Lluís Llacuna	22316

DESCRIPTOR DE L'ASSIGNATURA

Distribució com a variable estratègica. Organització i funcions dels canals de distribució com a sistemes interorganitzatius. Disseny d'un sistema de distribució. Costos de distribució. Gestió del canal de distribució. Relacions internes i externes del sistema distributiu.

PROGRAMA

RESUM TEMÀTIC

Elements per a la presa de decisions en temes de distribució. Distribució comercial en un enfoc estratègic: des dels conceptes bàsics als objectius essencials de les empreses de distribució. Funcions específiques de la distribució i estructures distributives dels mercats.

METODOLOGIA

L'assignatura es basa en la combinació de classes impartides pel professor, lectura de texts escollits, anàlisi dels temes tractats a classe i participació de l'alumne/a.

PROGRAMA DE L'ASSIGNATURA

1. INTRODUCCIÓ

Què inclou el curs?

Definicions de la distribució.

La distribució: és una ciència?

Què és en realitat la distribució?

Teoria de les distàncies de Mc. Innes.

Teoria de les alternatives de Kotler.

Incrementa l'intermediari les funcions?

Existeix alguna cosa més que les funcions?

2. ORGANITZACIO DE LA DISTRIBUCIÓ

Com s'organitza la distribució

Formes d'associació en els canals.

Origen i efecte dels canvis en la distribució

Tipologia dels canals

Centrals de compres.

Tipologies dels agents especialitzats: Majoristes, Minoristes

Etapes del comerç.

3. LA GESTIÓ PER CATEGORIES I EL TRADE MARKETING

Del conflicte a la cooperació, l' E.C.R. (Efficient Consumer Response)

El category Manager y la gestió per categories

La categoria

Tipus de categoria

Las fases de la categoría.

El Trade Marketing

El K.A.M. (Key Account Manager)

4. EL MERCHANDISING

Definició de merchandising.

Què busca un client quan entra en un establiment?

La botiga com a espectacle.

El comportament d'una persona quan entra en un supermercat.

Els tipus de compres: reflexiva, suggerida i impulsiva.

Els fluxos de circulació: les zones calentes i les zones fredes.

Els mitjans del merchandising:

- El linial: funcions, pes del linial segons els nivells, tipus d'implantació, com els canvis en la col·locació del producte afecten la seva venda.
- Els productes líder (power Items).
- Els facing.
- L'assortiment.

Disseny d'un establiment.

Anàlisi de la rendabilitat.

Presentacions que incrementen les vendes.

5. EL PROCÉS EVOLUTIU DE LA DISTRIBUCIÓ EXPLICAT PER LES TEORIES ECONÒMIQUES

Les hipòtesis de partida.

La complexitat de l'entorn.

La pressió del distribuïdor sobre el fabricant.

Limitacions de les teories econòmiques.

Corrents de pensament econòmic.

a) El corrent que es basa en el cost:

- La delegació de funcions de Stigler.
- El canal equilibrat de Bucklin.
- L'evolució de la dimensió de les empreses de distribució segons Mallen.
- Les diferents estratègies tendents a disminuir el cost.
- Relació entre l'evolució de la distribució i els cicles econòmics.

b) El corrent que es basa en la utilitat:

- Definició de la utilitat.
- La utilitat informativa provoca assortiments significatius.
- La desutilitat.
- La teoria del depòsit de Aspinwall.

- La teoria de la transferència-especulació de Bucklin.

6- EL PROCÉS EVOLUTIU DE LA DISTRIBUCIÓ EXPLICAT PER LES TEORIES CONDUCTISTES

Els elements de les teories conductistes:

- a) El poder:
 - El poder perceptiu i no perceptiu.
 - La relació i la dependència com a base del poder.
 - Les fonts de poder segons French i Raven.
 - L'agrupació de les fonts de poder de Hunt i Nevin.
 - Aparició del contrapoder i les limitacions d'entorn.
- b) El lideratge:
 - El repartiment eficient de les funcions.
 - Les possibilitats d'exercir el lideratge per part dels diferents agents.
- c) La negociació:
 - Tipus de negociació.
 - Models de negociació de Barnard, i de Bucklin.
- d) El conflicte:
 - Definició, causes, etapes, tipus de conflictes, models de resolució de conflictes i efectes posteriors al conflicte.
 - La força social del conflicte de Stern i El Ansary.

BIBLIOGRAFIA

- STERN, L.W. i EL-ANSARY, A.I. "Marketing Channels" Ed. Prentice –Hall 1997
- STERN, L.W. i EL-ANSARY, A.I. "Canales de Comercialización" Ed. Prentice –Hall. 1999
- KOTLER, P. "Dirección de Márketing". Ed. Prentice Hall.1992
- SAINZ DE VICUÑA ANCIN, JM: "La distribución comercial: opciones estratégicas". Ed. ESIC 1996
- DIEZ DE CASTRO, E.: "Distribución comercial". Mc Grawhill. 1997
- CASARES, J.: "Distribución Comercial " Ed. Civitas. 1996
- VÁZQUEZ CASIELLES, R. i TRESPALACIOS, J.A.: "Distribución Comercial: estrategias de fabricantes y detallistas" Ed. Civitas, Madrid, 1997
- WEST, A.: "Gestión de la distribución comercial". Ed. Díaz Santos, S.A. 1991
- MORENO JIMENEZ, A. "El comercio y los servicios para la producción y consumo". Síntesis.1992
- E.C. DÍEZ DE CASTRO i F.J. LANDA: "Merchandising". Ed. Pirámide. 1996
- S. MIQUEL, F. PARRA, CH. CHERMIE, M.J. MIQUEL: "Distribución comercial". ESIC Editorial, 1999

AVALUACIÓ

Per aprovar aquesta assignatura l'alumne/a haurà de superar l'examen que es farà al final i lliurar obligatòriament un treball de màxim 3 folis el dia de l'examen. Es tracta d'escriure unes reflexions personals sobre qualsevol dels punts del programa tractats a classe.

TUTORIES

Enviar e-mail a: josepluis.llacuna@uab.es

Dimecres/ 15:30 h- 17:30h