

PROGRAMA

Grup Tarda
Gabriel Izard

RESUM TEMÀTIC

El sector de la distribució representa en l'àmbit de la Unió Europea, el 12 % del Producte Interior Brut. A Espanya, les 4000 empreses de producció d'aliments i begudes més importants, tenen un volum de 7,5 bilions de pessetes a 1992. Les 12 primeres empreses o grups de distribució fan la xifra de 2 bilions de pessetes en vendes. (45% del total de les vendes del sector).

En la 1ª part d'aquesta assignatura s'estudia la importància i paper de la distribució comercial, començant amb conceptes bàsics sobre la distribució. Igualment es veuen els objectius essencials de les empreses de distribució en els diferents àmbits d'actuació.

En la 2ª part es profunditza sobre diferents aspectes de les funcions específiques de la distribució

En la 3ª part s'estudia l'estructura distributiva a Espanya i altres països del mon.

Es tracta doncs, de donar elements per la presa de decisions en temes de distribució.

1. METODOLOGIA

Durat el curs s'impartiran classes seguint el programa, que es completaran amb casos pràctics.

2. PROGRAMA

A) IMPORTÀNCIA DE LA DISTRIBUCIÓ COMERCIAL

1. INTRODUCCIÓ

El Marketing i la distribució. Tendències de la distribució comercial. Canvis d'hàbits dels consumidors. Les relacions fabricant-distribuidor.

2. ELS CANALS DE DISTRIBUCIÓ

La funció minorista. La funció majorista. L'eficiència de la distribució. Costos de distribució.

3. ESTRATÈGIES DE DISTRIBUCIÓ I COMPETÈNCIA

Distribució pròpia. Formes de cobrir el mercat. Fidelitat del i pel canal. La força del canal. Conflictes. L'utilització estratègica de la marca.

4. OBJECTIUS BÀSICS DE LES EMPRESES DE DISTRIBUCIÓ

Coneixement del client. Definició de surtit. Definicions de preu. Decisions de promoció. Ubicació de l'establiment. Número d'establiments. Creixement. Obtenció de guanys. Rendibilitat. Rotació.

5. LA DISTRIBUCIÓ VISTA PEL PROVEÏDOR

El canal i la seva fidelitat. El paper de la logística. La distribució física. Eines per a millorar l'eficàcia.

B) FUNCIONS ESPECIFIQUES DE LA DISTRIBUCIÓ

1. LES FUNCIONS DE COMPRA

Introducció. Objectius. Negociació Temporal (plantilles). Aprovisionament. Noves referències. Trencament de Stocks. Gestió de la comanda. Condicions de Recepció. Factor humà. Preparació de compres.

2. DISTRIBUCIÓ FÍSICA

Objectius. Distintes formes de distribució física. L'evolució dels "autovendes". La importància dels distribuïdors intermedis. Principals funcions i problemes. El transport. La importància del palet.

3. LES TASQUES DE MAGATZEMATGE

Introducció. Objectius. Condicions de magatzematge i la Logística. Recepció. Entrega. Picking. Tipus de magatzem. El magatzem caòtic. Les plataformes de distribució. El magatzem a les grans superfícies.

4. EL CONTROL DE LES EXISTÈNCIES

Ritme d'aprovisionament i ritme de venda. Stock mig i rendibilitat. Paper del Stock en el balanç. Models de gestió de Stocks. Previsió de la demanda.

5. LES TECNOLOGIES DE L'INFORMACIÓ I PROCEDIMENTS DE CONTROL

Introducció. El Codi de barres. L'intercanvi electrònic de barres (EDI). La integració en els processos de presa de decisions. L'infomatització. El merchandising i la rendibilitat directe del producte (DPP). Transferència Electrònica de fons.

C) ESTRUCTURA DISTRIBUTIVA

1. INTRODUCCIÓ

Panorama de les estructures distributives. Evolució històrica de la comercialització.

2. XARXA D'ESTABLIMENTS

Comerç associat. Centrals de compra. Cooperatives de detallistes. Cadenes voluntàries. Franquícies. Comerç Integrat i cadenes sucursalistes. Mercats centrals. Centrals Europees.

3. TIPUS DE SUPERFÍCIE

Autoservei. Cash & Carry. Cooperativa de Consumidors. Discount. Gran Magatzem. Hipermercat. Magatzem popular. Supermercat gran. Supermercat petit.

4. ALTRES ESTRUCTURES

Venda directe. Venda ambulant. Galeries Comercials. Mercats municipals

5. L'ENTORN INSTITUCIONAL I LEGISLATIU

Competències en matèria de comerç. Lleis de defensa de la competència i de protecció del consumidor.

CASARES, J.,...: "La economía de la distribución comercial. Ed. Ariel. 1987

DAYAN, A.: "Manuel de la distribution" Ed. d'organisation. 1972

DIEZ DE CASTRO, E.: "Distribución comercial". Ed. Mc Grawhill. 1993

GENERALITAT DE CATALUNYA: "Gestió del Petit i Mitjà Comerç". Ed. D. Gral. Comerç Interior i Serveis

KOTLER, P. "Dirección de Márketing". Ed. Pretice Hall. 1992

KOTLER, P. "Mercadotecnia aplicada". Nueva Editorial Iberoamericana. 1973

MORENO JIMENEZ, A. "El comercio y los servicios para la producción y consumo". Sintesis. 1992

SALEN, H. : "Distribución: Como ser el número 1". Ed. Distribución Consulting. 1988

TORRES DE ERCILLA: " Competencia competitividad y estrategia: La distribución minorista alimentaria en España" Ed. Mº Economía y Hacienda (Ins. Estudio y Análisis Económicos). 1993

WEST, A.: "Gestión de la distribución comercial". Ed Diaz Santos, S.A. 1991

4.EVALUACIÓ

Per aprovar el curs, l'alumne haurà de:

1. Superar l'examen que es farà al final
2. Presentar i superar un treball (veure enfoc en el següent apartat), durant els mesos que durarà el curs.

5.TEMA DEL TREBALL

Es tracta de desenvolupar una petita investigació sobre qualsevol dels punts del programa, amb la missió d'aproximar-se a una realitat concreta relacionada amb el punt escollit.

Programa de Microeconomia Avancada II

Curs 1994-95

Professora: Isabel Fradera

Despatx: B3-148

Tutories: dimecres de 16.15 a 17.45 i dijous de 11.00 a 12.30

Professor de classes pràctiques: Javier Coto

Despatx: B3-112-B

1. Introducció

Comportament competitiu i comportament estratègic. Informació.

2. Monopoli

El model bàsic i la pèrdua de benestar. Monopoli multiproducte. Límits al poder del monopoli. Discriminació de preus i tarifes no lineals. Monopolis succesius.

3. Teoria de Jocs

Jocs en forma normal. Dominància. Jocs en forma extensiva. Inducció cap enrera. Equilibri de Nash. Perfecció en subjocs.

4. Oligopoli

El model de Cournot. Reaccions cournotianes. Nombre d'empreses i competitivitat de l'equilibri de Cournot. L'equilibri de Bertrand amb productes diferenciats. Homogeneïtat del producte i competitivitat de l'equilibri de Bertrand. Lideratge en quantitats. Lideratge en preus.

5. Llibertat d'entrada i diferenciació de productes

Els models de Cournot i de Stackelberg amb llibertat d'entrada. Models amb decisions en varies etapes.

6. Decisions sota incertesa

Incertesa i estats de la natura. Consums contingents i preus contingents. Utilitat esperada. Actitut envers el risc. Aplicacions: demanda d'assegurances, cartera d'actius. Intercanvi de risc.

7. Economia de la informació

La informació asimètrica. El problema del principal i l'agent. La selecció adversa. El risc moral. Senyals.

Bibliografia

Manuals:

- David H. Kreps, Curso de Teoría Económica, McGraw-Hill.
- Jean Tirole, La Teoría de la Organización Industrial
- Hal R. Varian, Análisis Microeconómico, 3a. Edició. Antoni Bosch Editor.

Complement per l'últim tema:

- Inés Macho Stadler y David Pérez Castrillo, Introducción a la Economía de la Información, Ariel Economía.

Notes:

- El mètode d'evaluació serà l'examen.
- El material de pràctiques estarà disponible periodicament al servei de fotocòpies.
- Durada aproximada dels temes:
 - Els temes 1 i 2 duraran conjuntament 3 setmanes
 - Cada un dels altres temes durarà 2 setmanes