

Assignatura

--

Curs	Cicle	Quadrimestre	Professor	Codi
2000-2001	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

PROGRAMA

RESUM TEMÀTIC

Elements per la presa de decisions en temes de distribució. Distribució comercial en un enfoc estratègic: des de els 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.

PROGRAMA DE L'ASSIGNATURA

1. INTRODUCCIÓ

- 1.1. Quàndoclor el curs?
- 1.2. Diferents definicions de distribució
- 1.3. La distribució és una ciència?
- 1.4. Com s'organitza la distribució
- 1.5. Què en realitat la distribució
- 1.6 Teoria de les distàncies de Mc. Innes.
- 1.7 Teoria de les alternatives de Kotler.
- 1.8 Incrementa l'intermediari les funcions?
- 1.9 Existeix alguna cosa més què funcions?

- 1.10 Quines formes d'associació apareixen en els canals?
- 1.11 Quins tipus de central de compres existeixen?
- 1.12 Tipologies dels agents especialitzats: Majoristes Detallistes,
- 1.13 Quines són les etapes del comerç

2. LA DISTRIBUCIÓ DETALLISTA

- 2.1.- L'evolució per aconseguint successos.
 - 2.1.1.- L'evolució per la seva pròpia dinàmica.
 - 2.1.2.- La roda del comerç detallista.
 - 2.1.3.- L'acordió detallista.
 - 2.1.4.- El procés dialèctic.
 - 2.1.5.- El cicle de vida.
 - 2.1.6.- El comportament d'adaptació
- 2.2.- L'evolució per les preferències del comprador o pels objectius dels detallistes.
 - 2.2.1. Model sobre motivacions de compra.
 - 2.2.2. Dificultats per implantar l'estratègia.
 - 2.2.3. Mètode d'anàlisi estratègic adaptat a la gestió curt termini.
- 2.3.- Els objectius dels detallistes.
- 2.4.- El merchandising

3. LA DISTRIBUCIÓ GLOBAL

- 3.1. Les teories econòmiques
- 3.2. Les teories conductistes
 - 3.2.1. El poder
 - 3.2.2. El lideratge
 - 3.2.3. La negociació el conflicte
 - 3.2.4. El trade Marketing
- 3.3. La integració de les teories econòmiques amb les conductistes
 - 3.3.1. Comparació de les dues teories
 - 3.3.2. La influència del compromís en els resultats
 - 3.3.3. La influència de les relacions en els resultats
 - 3.3.4. La teoria dels costos de transacció

BIBLIOGRAFIA

- CASARES, J.: "Distribución Comercial " Ed. Civitas. 1996
- DIEZ DE CASTRO, E.: "Distribución comercial". Mc Grawhill. 1997
- QUINN, F. "Crowing the Customer " The OBrien Press. Dublín, 1990
- SAINZ DE VICUÑA ANCIN, JM: "La distribución comercial: opciones estratégicas". Ed. ESIC 1996
- STERN, L.W. y EL-ANSARY, A.I. "Marketing Channels" Ed. Prentice –Hall 1997

STERN, L.W. , EL-ANSARY, A.I. “Canales de Comercializaci3n” Ed. Prentice – Hall. 1999

VÁQUEZ CASIELLES, R. y TRESPALACIOS, J.A.: “Distribuci3n Comercial: estrategias de fabricantes y detallistas” Ed. Civitas, Madrid, 1997

WEST, A.: "Gesti3n de la distribuci3n comercial". Ed Diaz Santos, S.A. 1991

MORENO JIMENEZ, A. "El comercio y los servicios para la producci3n y consumo". Sintesis.1992

KOTLER, P. "Direcci3n de M4rketing". Ed.Pretice Hall.1992

AVALUACI3

Per aprovar aquesta assignatura l'alumne haur4de superar l'examen que es far4al final i lliurar obligat3riament un treball de m4xim 3 folis el dia de l'examen. Es tracta d'escriure unes reflexions personals sobre qualsevol dels punts del programa tractats a classe.

TUTORIES

J.L.Llacuna: dimecres de 14.35 a 15.35 hores