

Assignatura

GESTIÓ DE LA DISTRIBUCIÓ

Curs	Cicle	Quadrimestre	Professor	Codi
2001-2002	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 distribuït.

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. Què inclou 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 és 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 que les 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 aconteixements succesius.
 - 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 a 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 i 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
 - 3.3.5. La teoria de l'agència

BIBLIOGRAFIA

- CASARES, J.: "Distribución Comercial " Ed. Civitas. 1996
- DIEZ DE CASTRO, E.: "Distribución comercial". Mc Grawhill. 1997
- QUINN, F. "Crowing the Customer " The O'Brien 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 Comercialización” Ed. Prentice – Hall. 1999

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

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

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

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

AVALUACIÓ

Per aprovar aquesta assignatura l'alumne 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