

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2019-2020

ASIGNATURA: Distribución Comercial

PROFESOR(ES): Prof. D. Alejandro Sánchez López

CURSO: 4

TPO: OP

CÓDIGO: 019802303

CRÉDITOS ECTS: 4,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2019

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA:

TITULACIÓN:

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 09/09/2019 11:15:28

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

Conocer y entender los mecanismos de distribución del mercado con especial énfasis en dos áreas:

- Empresas de distribución comercial como elementos dinámicos del mercado.
- Distribución como variable de Marketing en empresas fabricantes.

Prácticos

A través de la mejores prácticas de empresas de Distribución y Fabricación de FMCG, entender la aplicación práctica de los fundamentos de la asignatura a un amplio rango multiproducto/multicanal

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Genéricas:

Capacidad de análisis y síntesis: Estudia minuciosamente un tema, problema, caso, artículo, ejercicio, etc. y resume y recopila lo más relevante.

Capacidad de comunicación y trabajo en equipo. Sabe transmitir información oralmente y/o por escrito. Colabora y coopera con los demás aportando lo mejor de sus competencias al logro de resultados del equipo. Acepta y valora las competencias de otros y busca hacer sinergia con sus colegas. Valora las diferencias y construye relaciones de respeto y crecimiento.

Transversales: Capacidad de búsqueda de información e investigación.

Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica. Sabe utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

Específicas:

Cálculo de ratios relevantes para empresas de DC a partir de balances y cuantas anuales publicadas

Identificación de elementos de Gestión por Categorías tras la observación de campo

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

TEMA 1: Introducción.

- La Distribución Comercial en el Sistema Económico
- Las empresas de distribución comercial
- La Distribución Comercial en el Sistema Económico

- Las empresas de distribución comercial
- La distribución comercial en la empresa

TEMA 2: La estructura de la Distribución Comercial

- Evolución de Canales
- Factores determinantes

TEMA 3: La empresa de distribución comercial y su entorno competitivo

- Las áreas de decisión de la empresa de distribución y del fabricante
- Margen comercial y rotación de stocks
- Modelo estratégico de beneficio
- Surtido y variedad
- Localización
- Servicios
- Merchandising: Principios básicos para Fabricantes y Distribuidores
- La Marca del Distribuidor

TEMA 4: Planificación de canales: Estrategia y diseño

- Conocimiento del comportamiento del consumidor
- La Marca del Distribuidor

TEMA 4: Planificación de canales: Estrategia y diseño

- Conocimiento del comportamiento del consumidor
- Desarrollo de la estrategia del canal
- Sistemas de Integración
- Selección de canales alternativos

TEMA 5: La gestión de cuentas

- Relaciones fabricante - distribuidor
- Efficient Consumer Response E.C.R. y Gestión por Categorías

TEMA 6: Gestión de Stocks

- Evolución en modelos de relación Fabricante-Distribuidor
- Modelos EOQ

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Bibliografía

West,A.: Gestión de la distribución comercial, Díaz de Santos

Ramos, R.: Cómo gestionar los stocks, IMPI

Lambin, J.J.: La gestión de marketing de las empresas, ICE ediciones

Masson, J.E.: El merchandising. Rentabilidad y gestión del punto de venta, Deusto

Lawrence, A.: Gestión práctica de la distribución comercial, Deusto Bowersox, D.J.: Strategic marketing channel management. Mc Graw Hill

Bowersox, D.J.: Logistical Excellence. Digital Press

A.C. NIELSEN Co. : European Passport

A.C. NIELSEN Co. : Anuario/evolución

Salén, H. : Distribución: cómo ser el no1

Díez de Castro, E.:Distribución comercial. Mc Graw Hill

Salén, H. : Distribución: cómo ser el no1

Díez de Castro, E.:Distribución comercial. Mc Graw Hill

————— AECOC / CP CONSULTORES: Manual de logística para la distribución comercial. Market & Comunicación

Gregory A. Sand : Principles of merchandising. A global perspective. Globalteam press Gregory A. Sand : World Class Merchandising. Globalteam press? Christopher, M. : Logistics and supply chain management. Pitman publishing

Instituto Cerdà : Manual para la subcontratación de servicios logísticos. M.O.P.U.

Díaz Morales, Antonio : Gestión por Categorías y Trade Marketing. Financial Times Prentic Hall Nirmalya Kumar: Private label strategy. Harvard Business School

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Clases Teóricas Dedicación 30% Consistirán en exposiciones de los conceptos teóricos básicos del contenido de la asignatura por parte del profesor. Estos conceptos básicos serán trabajados, ampliados y asentados por los alumnos en la clases prácticas y otras actividades.

Clases Prácticas Dedicación 15% Consistirán en el desarrollo de casos prácticos y exposiciones sobre temas puntuales indicados por el profesor que permitirán asentar los conocimientos teóricos adquiridos en las clases teóricas

Desarrollo individual 10%, y en equipos con discusión en clase sobre artículos asociados al temario

Otras Actividades Dedicación 30% (horas no presenciales): Desarrollo de un trabajo de investigación sobre aspectos concretos que serán detallados por el profesor, tutorías en grupo y horas de estudio del alumno

Horas de estudio y dedicación personal del alumno a la asignatura.15%

Durante la asignatura se podrá invitar a profesionales del sector para impartir conferencias que profundicen en algunas materias de la asignatura. Estas conferencias son de un valor excepcional y forman parte de la materia de la asignatura

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Metodología y criterios de evaluación

Examen 50%

Evaluación Continua: 50%

Este criterio incluye: asistencia a clase, participación y trabajos.

En número máximo de faltas para poder ser evaluado es de 3.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Documentación Impresa
Internet
Web de la asignatura en Villanueva
Correo interno de Villanueva
Apuntes
Exposiciones de Profesionales invitados