



Universitat de Girona
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales

Diplomatura de Ciències Empresariales
Curs 1998-99
2n quadrimestre
Assignatura optativa
4,5 crèdits

Departament Enginyeria Industrial
Campus de Montilivi
17071 Girona
Fax 34 (9) 72 41 87 08
c.e. reixach@econ.udg.es

PROGRAMA DE DISTRIBUCIÓ COMERCIAL

Professor/a: Pere Reixach

Objectius: En general, aquest curs pretén proporcionar als participants, les eines i els coneixements necessaris per a poder analitzar, implantar i gestionar la política de distribució comercial des de dues perspectives; la clàssica d'un fabricant PCAR i des l'empresa detallista. En concret, es profunditzarà en el subministrament d'una perspectiva àmplia i estructural del posicionament competitiu i la planificació estratègica en el retailing.

Programa teòric:

Part 0. Fonaments per a la recerca i diagnòstic empresarial

1. Direcció estratègia
 - Marc competitiu
 - Configuració de l'empresa
 - Implementació
2. Anàlisi econòmica-financera
 - Anàlisi de la solidesa
 - Anàlisi de la solvència
 - Anàlisi dels resultats

Part 1. L'àmbit de la distribució comercial

1. Els canals de distribució
 - ✓ Precisions conceptuals dels canals de distribució
 - ✓ Estructura i composició
2. Anàlisi dels canals de distribució
 - ✓ Anàlisi econòmica
 - ✓ Anàlisi organitzatiu
 - ✓ Models integradors
 - ✓ Estructura i evolució

Part 2. Estructura de la distribució comercial

3. El comerç majorista
 - ✓ La funció majorista en la distribució comercial
 - ✓ El distribuïdor industrial
 - ✓ Estructura i classificació
 - ✓ La direcció de l'empresa majorista
 - ✓ Tendències

4. El comerç minorista o detallista
 - ✓ La funció minorista en la distribució comercial
 - ✓ Mètodes de venda i formats comercials
 - ✓ Relacions contractuals
 - ✓ Tendències

Part 3. Marketing per detallistes

5. Direcció comercial de l'empresa detallista
 - ✓ Procés de direcció estratègica
 - ✓ Planificació estratègica de marketing
 - ✓ Selecció d'establiments pel consumidor
 - ✓ Comportament del comprador
 - ✓ Tipus de clients
6. Localització d'empreses detallistes
 - ✓ Identificació i anàlisi de mercat
 - ✓ Anàlisi d'àrees comercials i demanda potencial
7. Marketing - mix dels detallistes
 - ✓ Estratègies i polítiques de preu
 - ✓ Merchandising
 - ✓ Promoció de vendes
 - ✓ Qualitat de servei

Programa pràctic:

Es desenvoluparan sessions per a l'anàlisi i diagnòstic d'empreses comercials durant el curs per tal de potenciar els aspectes pràctics en relació al temari proposat.

Desenvolupament del programa al llarg del curs:

La utilització de la classe magistral dinàmica i participativa amb l'objectiu d'aconseguir esquemes conceptuals clars i operatius combinada amb l'anàlisi i diagnòstic de casos empresarials al llarg del quadrimestre i el desenvolupament de consultories sobre el mateix a realitzar al llarg del mateix. La unitat operativa d'actuació serà el grup i no l'individu.

Sistema d'avaluació:

La qualificació final d'aquesta assignatura serà el resultat d'una aproximació a la següent ponderació:

- Report treball empresa comercial: 75 %
- Presentació treball empresa comercial: 25 %

La nota del report és la mateixa per tots els integrants del grup; la de la presentació, en canvi, és personal.

Bibliografia bàsica:

VAZQUEZ, R.; TRESPALACIOS, J.A. (1997): Distribució comercial: estratègies de fabricants y detallistas, Civitas, Madrid.
STERN, L.; EL-ANSARY, A; CRUZ, I (1998): Canales de distribución, Prentice-Hall, Madrid.

Bibliografia complementària:

MASSONS, J. (1992): Finanzas, ESADE, Barcelona
JARILLO, J.C. (1990): Dirección estratégica, McGraw-Hill, Madrid

Direcció estratègica