

Universitat de Girona
 Departament d'Empresa
 Estudis de Ciències Empresarials
 Assignatura : **DISTRIBUCIÓ COMERCIAL**
 Curs : 1996 - 97
 Quadrimestre : Febrer - Maig
 Professor : Pere Reixach

OBJECTIUS

En general , aquest curs preten proporcionar als participants , les aines i els coneixements necessaris per a poder analitzar , implantar i gestionar la distribució comercial d'una empresa des d'una perspectiva de marketing i un marc estratègic altament competitiu .

En concret , es profunditzarà en el subministrament d'una perspectiva àmplia en el posicionament competitiu i la planificació estratègica en el retailing .

METODOLOGIA

Per tal d'aconseguir una alta efectivitat pedagògica , s'emfasitza en :

- * La utilització de la classe magistral dinàmica i participativa amb l'objectiu d'aconseguir esquemes conceptuals clars i operatius
- * l'anàlisi de casos pràctics que permeten aplicar procediments per tal de solucionar els problemes habituals de les empreses

PROGRAMA

1. Teoria de la distribució comercial
 - 1.1. Naturalesa de la distribució
 - 1.2. Objectius
 - 1.3. Decisions específiques de distribució
 - 1.4. Estratègies de distribució

2. Canals comercials
 - 2.1. Tipologia i anàlisi
 - 2.2. Evolució històrica
 - 2.3. Comercialització de productes
 - 2.4. Característiques estructurals del comerç majorista i minorista

3. Sistema comercial
 - 3.1. El règim d'autoserveis i els establiments de descompte
 - 3.2. Hipermercats i centres comercials
 - 3.3. Grans magatzems i magatzems populars
 - 3.4. El comerç integrat
 - 3.5. Altres formes de distribució

4. La direcció comercial de les empreses de distribució

- 4.1. Alternatives estratègiques d'acció
- 4.2. El sistema logístic
 - 4.2.1. les compres
 - 4.2.2. el magatzem
 - 4.2.3. les existències
 - 4.2.4. la gestió dels stocks
 - 4.2.5. el transport
- 4.3. Decisions de localització d'establiments minoristes
- 4.4. El sistema d'informació .

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

DÍEZ , E.; FERNÁNDEZ , J-C. (1993) : Distribución comercial , McGraw-Hill , Madrid .

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

BERMAN , B.; EVANS , J.R. (1995) : Retail Management : A Strategic Approach , 6º edition , Prentice-Hall , New Jersey.

CASARES ,J.; BRIZ ,J.; REBOLLO ,A.; MUÑOZ , P. (1987) : La economía de la distribución comercial , Ariel , Barcelona .

CHÉTOCHINE , G . (1994) : Marketing estratégico de los Canales de Distribución , Granica , Barcelona .

DÍEZ , E.; FERNÁNDEZ , J-C. (1993) : Distribución comercial , McGraw-Hill , Madrid .

DUPUIS , M. (1991) : Marketing international de la distribution , Les Éditions d'organisation , Paris

JOHNSON , G. (1987) : Business Strategy and Retailing , John Wiley & Sons , Chichester .

LAWRENCE , A. (1985) : Gestión práctica de la distribución comercial , Deusto , Bilbao .

MOUTON , D. (1990) : Merchadising estratégico , Gestió 2000 , Barcelona .

PELLEGRINI , L.; REDDY , S.K. (1989) : Retail and Marketing Channels - Economic and Marketing Perspectives on Producer - Distributor Relationship , Routledge , London .

WALTERS , D.; WHITE , D. (1987) : Retail Marketing Management , McMillan , London

WEST , A. (1991) : Gestión de la distribución comercial , Díaz de Santos , Madrid .

AVALUACIÓ

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

* examen : 70 %

* casos : 30 %

Es farà un examen quadrimestral - convocatòria de Juny - i , un altre , si fos necessari , en convocatòria de Setembre .