FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura

Codi	35843
Nom	Distribució comercial
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2016 - 2017

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses	Facultat d'Economia	3	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses	44 - Asignaturas Obligatorias del IC: Dirección Comercial	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
FRASQUET DEL TORO, MARTA	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'
GIL SAURA, IRENE	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

RESUM

La asignatura pretende el estudio teórico-práctico de la distribución comercial desde el punto de vista de la empresa y de su entorno. Se analizan las funciones que desempeña la distribución comercial tanto en el contexto minorista como mayorista, y su incidencia en la estructura geográfica española, así como, las relaciones que tienen lugar entre fabricantes, distribuidores y consumidores, con especial énfasis en el desarrollo y gestión del canal de comercialización.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

COMPETÈNCIES

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en aula	30,00	100
Assistència a esdeveniments i activitats externes	6,00	0
Elaboració de treballs en grup	20,00	0
Elaboració de treballs individuals	20,00	0
Estudi i treball autònom	34,00	0
Lectures de material complementari	10,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGIA DOCENT

AVALUACIÓ

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Vazquez, R. y Trespalacios, J.A. (2006). Estrategias de distribución comercial. Diseño del canal de distribución y relaciones entre fabricantes y detallistas. Thomson.
- COUGHLAN, A. ANDERSON, E. STERN, L.W. and EL-ANSARY, A. I. (2006): Marketing Channels. Prentice Hall, New Jersey. 7th edition.

- ZENTES, J., MORSCHETT, D. and SCHRAM-KLEIN, H. (2011): Strategic Retail Management. Gabler.