

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	42149
Nom	Distribució i logística internacional
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	7.5
Curs acadèmic	2020 - 2021

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1	9 - Distribució i logística internacional	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
FRASQUET DEL TORO, MARTA	43 - Comercialització i Investigació de Mercats
RUIZ MOLINA, MARIA EUGENIA	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

RESUM**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

2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1

- To equip students with a critical understanding of the maet concepts, frameworks and techniques of international distribution and logistics management.
- To provide students with the abilities required in the global firm to access and manage efficiently international channels of distribution.
- To equip students with knowledge of supply chain management and relevant logistical concepts and p r a c t i c e s .
- To provide students with the opportunity to analyse and manage data and to arrive drec sound and workable decisions regarding an organizations distribution strategy.
- To equip students with the abilities to work in teams

RESULTATS DE L'APRENTATGE

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1.

2.

3.

4.

5.

6.



7.

8.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	75,00	100
Assistència a esdeveniments i activitats externes	3,00	0
Elaboració de treballs en grup	33,00	0
Elaboració de treballs individuals	33,00	0
Estudi i treball autònom	49,00	0
TOTAL	193,00	

METODOLOGIA DOCENT**AVALUACIÓ****REFERÈNCIES****Bàsiques**

- Palmatier, R. W., Sivadas, E., Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (2019). Marketing Channel Strategy: An Omni-channel Approach. Routledge/Taylor & Francis, New York.
- Zentes, J., Morschett, D. and Schram-Klein, H. (2016). Strategic Retail Management. Gabler GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.

Complementàries

- Albright & Winston (2015) Business analytics: Data analysis for decision making. Cengage Learning, Boston.
- Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, M.B. (2010). Supply chain logistics management. McGraw-Hill, New York.
- Buttkus, M., & Eberenz, R. (2019). Performance management in retail and the consumer goods industry. Springer International Publishing.
- Castaldo, S., Grosso, M., & Premazzi, K. (2020). Retail and channel marketing. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK.
- Coughlan, A. T. & Jap, S. D. (2016). A field guide to channel strategy: Building routes to market.



CreateSpace Independent Publishing.

Pelton, L. E., Strutton, D., & Lumpkin, J. R. (2002). Marketing channels: A relationship management approach, McGraw-Hill/Irwin.

Ponte, S., Gereffi, G., & Raj-Reichert, G. (2020). Handbook on global value chains. Edward Elgar Publishing.

Shareef, M. A., Dwivedi, Y. K., & Kumar, V. (2016). Mobile marketing channel. Springer, Cham.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern

Degut al tema excepcional de la pandèmia, les restriccions de vols internacionals i les recomanacions de salut, ' activitat docent s' organitzarà en un format mixte de la següent manera: (i) Des de gener fins a mig abril, les classes seràn en línia; per diferències horàries les classes seràn per les vesprades; (ii) els professors atendran als estudiants en les seues hores de consulta, ja sea online o presencialment per a aquells estudiants que puguin vindre; (iii) Si s' eliminen les restriccions relacionades amb la pandèmia, les classes presencials es programaran a partir del 13 d' abril.