

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

Codi	42149
Nom	Distribució i logística internacional
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	7.5
Curs acadèmic	2021 - 2022

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

Aquesta assignatura s'ocupa de la gestió dels canals de distribució i la logística. El disseny i la gestió dels canals de comercialització en una economia globalitzada ha de tenir en compte les diversitats existents en diferents cultures, com ara la demanda dels consumidors, els tipus d'intermediaris, les estructures minoristes, les infraestructures logístiques i la disponibilitat de maneres de transport. Aquesta assignatura tracta d'aquests aspectes adoptant un enfocament pràctic que identifica les organitzacions clau que competeixen en el mercat global i analitza les seves estratègies i resultats.

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

- 1) Comprendre les funcions dels canals de distribució per a fabricants i consumidors.
- 2) Saber com implementar estratègies de distribució online i omnicanal.
- 3) Dissenyar l'estructura d'un canal de comercialització i s'avalua el seu acompliment.
- 4) Comprendre com les relacions de canal es veuen afectades pel poder, el conflicte i com construir relacions de col·laboració.
- 5) Conèixer els desafiaments de la internacionalització per als minoristes.
- 6) Comprendre les decisions de màrqueting d'un minorista.
- 7) Entendre el concepte de gestió de la cadena de subministrament
- 8) Conèixer els principals desafiaments en logística inversa
- 9) Familiaritzar-se amb els indicadors de servei a el client per a les activitats logístiques.
- 10) Dissenyar i avaluar canals de distribució per a diferents tipus de productes.
- 11) Avaluar l'estratègia de distribució omnicanal d'una empresa
- 12) Suggestir accions per augmentar el poder, reduir conflictes i fomentar la col·laboració en els canals de distribució.
- 13) Analitzar les oportunitats d'internacionalització per a un minorista en cada mercat.
- 14) Recomana accions per millorar l'execució de l'estratègia de màrqueting per a un minorista.
- 15) Comprendre i avaluar la cadena de subministrament i les activitats logístiques d'una empresa.



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

Lliçó magistral participativa. L'exposició de continguts essencials de el programa es realitzarà per part de professor en sessions d'uns 45 minuts. Debat de lectures. La discussió dels continguts d'el programa es realitzarà també a partir dels articles assenyalats com essential reading en cada tema. Resolució de casos pràctics. Es presentaran, a través de diferents suports (vídeos, textos, notícies, podcasts ...), situacions d'empreses que plantegin alguna qüestió relativa als temes objecte de la sessió. Elaboració de projectes o informes. Es realitzaran projectes d'anàlisi i documentació tant de forma individual com en equip que es presentaran en forma d'informe. Es tracta d'exercicis d'anàlisi i reflexió a partir de diferents fonts d'informació: visita a establiments comercials, pàgines webs, articles. Seminaris d'experts. Es preveu realitzar quatre seminaris d'experts. Visites a empreses o institucions. Es realitzaran dues visites en el marc de l'assignatura.

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, l'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.

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