

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

Codi	42149
Nom	Distribució i logística internacional
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	7.5
Curs acadèmic	2023 - 2024

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

Dissenyar canals de distribució per a diferents tipus de productes.
Avaluar estratègies omnicanal.
Analitzar les relacions en els canals de distribució.
Avaluar l'estratègia d'un minorista en un entorn global.
Comprender i avaluar la cadena de subministrament 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

Els temes del curs es cobriran mitjançant conferències, cursos, seminaris a càrrec d'oradors convidats i visites a organitzacions rellevants. Durant les classes, els professors introduiran i il·lustraran els principals temes teòrics i guiaran la discussió dels estudiants al voltant d'aquests temes.

AVALUACIÓ

- 1.Examen final 30%
- 2.Treball individual 30%
- 3.Treball en equip 30%
- 4.Participació a classe 10%



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.