

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	46791
Nombre	Distribución y logística internacional
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	7.5
Curso académico	2024 - 2025

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2268 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (IMBA)	Facultad de Economía	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
2268 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (IMBA)	11 - Distribución y logística internacional	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
FRASQUET DEL TORO, MARTA	43 - Comercialización e Investigación de Mercados
RUIZ MOLINA, MARIA EUGENIA	43 - Comercialización e Investigación de Mercados

RESUMEN

Este curso trata sobre el diseño y la gestión de los canales de distribución en una economía globalizada afectada por las diferencias nacionales en las preferencias de los consumidores, los tipos de intermediarios, las estructuras minoristas y las infraestructuras logísticas. Este curso cubre estos temas adoptando un enfoque práctico que identifica las organizaciones más relevantes en el mercado global y analiza sus estrategias y desempeño.

CONOCIMIENTOS PREVIOS



Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Els estudiants hauran completat una llicenciatura o grau que li hagi dotat de competències en la gestió empresarial. Els estudiants hauran cursat les assignatures del primer semestre de l'màster.

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

Diseñar canales de distribución para diferentes tipos de productos.

Evaluar estrategias omnicanal.

Analizar las relaciones en los canales de distribución.

Evaluar la estrategia de un minorista en un entorno global.

Comprender y evaluar la cadena de suministro de una empresa.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Definición de los canales de distribución

2. La distribución online y la estrategia omnicanal

3. Diseño y evaluación de los canales de comercialización

4. La coordinación de los canales de comercialización

**5. Distribución minorista I: Presentación y internacionalización****6. Distribución minorista II: marketing****7. Logística I: Gestión de la cadena de suministros****8. Logística II: transporte, almacenamiento y gestión de inventarios****VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	24,00	100
Prácticas en aula	21,00	100
Seminarios	15,00	100
Tutorías regladas	9,50	100
Otras actividades	3,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	33,00	0
Elaboración de trabajos individuales	33,00	0
Estudio y trabajo autónomo	49,00	0
TOTAL	187,50	

METODOLOGÍA DOCENTE

Los temas del curso se cubrirán a través de conferencias, cursos, seminarios a cargo de ponentes invitados y visitas a organizaciones relevantes. Durante las clases, los profesores introducirán e ilustrarán los principales temas teóricos y guiarán la discusión de los estudiantes en torno a esos temas.

EVALUACIÓN**REFERENCIAS**



Básicas

- Ailawadi, K.L. & Farris, P.W. (2020). Getting multi-channel distribution right. John Wiley & Sons, New Jersey.
- 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.
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). The handbook of logistics and distribution management: Understanding the supply chain.. Kogan Page Publishers.
- Zentes, J., Morschett, D., & Schramm-Klein, H. (2017). Strategic Retail Management, 3rd edition. Springer Gabler, Wiesbaden.

Complementarias

- Albright, & Winston (2015) Business analytics: Data analysis for decision making. Cengage Learning, Boston (USA).
- Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, M.B. (2010). Supply chain logistics management. McGraw-Hill, New York (USA).
- Buttkus, M., & Eberenz, R. (2019). Performance management in retail and the consumer goods industry. Springer Nature, Cham (Switzerland).
- Coughlan, A. T., & Jap, S. D. (2016). A field guide to channel strategy: Building routes to market. CreateSpace Independent Publishing.
- Furey, T., & Friedman, L. (2011). The Channel Advantage. Routledge, New York (USA).
- Paksoy, T., Kochan, C. G., & Ali, S. S. (Eds.). (2020). Logistics 4.0: Digital transformation of supply chain management. CRC Press.
- Ponte, S., Gereffi, G., & Raj-Reichert, G. (2020). Handbook on global value chains. Edward Elgar Publishing, Cheltenham (UK).
- Shareef, M. A., Dwivedi, Y. K., & Kumar, V. (2016). Mobile marketing channel. Springer, Cham (Switzerland).