

## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 5021 - DISTRIBUCIÓ, LOGÍSTICA I RELACIÓ AMB ELS CANALS

#### Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Segon
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 4
- Professorat:
  - Esteban Escorcía González <[eescorcia@tecnocampus.cat](mailto:eescorcia@tecnocampus.cat)>

#### Idiomes d'impartició

- Castellà
- Català

L'assignatura serà impartida en castellà amb l'ús intensiu de lectures, vídeos, i altres materials en anglès, de forma tal que la proporció d'idiomes quedaria així:

castellà 80%

anglès 20%

Els alumnes podran utilitzar el català en les seves exposicions i treballs presentats.

#### Competències que es treballen

##### Bàsica

- B1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- B5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- B5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

##### Específica

- E2. Aplicar els fonaments del màrqueting i investigació de mercats.
- E3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.
- E4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.
- E1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.

##### General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepans fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

## Transversal

- T1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.

## Descripció

---

L'assignatura Distribució Comercial, logística i relació amb els canals proveeix de les metodologies i eines necessàries per completar la trucada 4 Ps del Màrqueting: Producte, Preu, Comunicació i Distribució.

Dins del disseny i implementació d'un Pla de Màrqueting, la Distribució Comercial, la logística i les relacions amb els canals de distribució decideix sobre com anem a fer arribar als nostres clients els productes i serveis garantint la seva satisfacció amb el major valor afegit, tancant així el cicle de màrqueting.

L'assignatura que és eminentment pràctica ofereix una metodologia als estudiants dels principals criteris per a la presa de decisions estratègiques i tàctiques en relació amb la distribució comercial. També ofereix elements per decidir sobre les operacions de logística, especialment quant a transports i emmagatzematge, de forma tal que els productes i serveis arribin als potencials clients dintre del termini i en la forma escaient de forma eficient i eficaç.

Quant a la relació amb els canals l'assignatura destaca quines decisions prendre quan es van a contractar canals de distribució externs (que no són propietat de l'empresa) i com desenvolupar amb aquests canals unes relacions que afavoreixin els objectius d'ambdues empreses.

## Resultats d'aprenentatge

---

Mostrar els conceptes i eines de Màrqueting aplicat al negoci

Desenvolupar una metodologia pràctica per a la presa de decisions sobre canals de distribució, logística i relació amb els canals com a part d'un Pla de Màrqueting

## Metodologia de treball

---

### Sessions teòriques

Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats en l'assignatura  
Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials

### Aprenentatge dirigit

Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar a l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants

### Aprenentatge autònom

Recerca i lectura crítica d'articles. Els estudiants parteixen d'una hipòtesi de treball que van a desenvolupar, seguint les fases de la metodologia de recerca, entre les quals la lectura crítica d'articles.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent. El TecnoCampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

## Continguts

---

### Tema 1. La Logística i la cadena de subministrament

- Introducció a la logística
- Integració d'actors i sistemes
- Funcions logístiques
- Gestió de la cadena de subministrament
- Operadors logístics: 3PL 4 PL 5 PL
- Casos d'estudi

### Tema 2. La distribució comercial

- Cicle de vida del producte
- Redes Logísticas
- Definició, utilitats i fluxes
- Funcions de la distribució comercial
- Estructura i classificació dels canals
- Casos d'estudi

### **Tema 3. Selecció de canals i relacions amb els canals de distribució**

- Mètodes i criteris per a la selecció dels canals de distribució
- Criteris de selecció
- Mètodes d'avaluació de Canals
- Concepte de poder al canal de distribució
- Casos d'estudi

### **Tema 4. Decisions estratègiques en la distribució comercial**

- Factors que influixin en el consumidor
- Disseny dels canals de distribució
- Forma dels canals de distribució
- Restriccions estratègiques del canal
- Estratègia de localització
- Casos d'estudi

### **Tema 5. Gestió del canal de distribució en un entorn electrònic**

- El comerç electrònic
- Intermediaris electrònics
- Compres i logística electrònica
- Desintermediació i reintermediació
- Casos d'estudi

### **Tema 6. Estiba, Transport y Distribució de Mercaderies**

- Nocions Bàsiques d'estiba de mercaderia
- Seguretat en la preparació de les unitats de càrrega
- Elements claus en el transport de mercaderies
- Unitització de càrregues, preparació per al transport terrestre i Marítim
- Novetats en el transport de mercaderies.
- Mercaderies de grans volums

## **Activitats d'aprenentatge**

---

Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats en l'assignatura.

Aprenentatge dirigit Estudi de casos: Dinàmica que part de l'estudi d'un cas, que serveix per a contextualitzar a l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants

## **Sistema d'avaluació**

---

30% Tests en classe.

15% Trabajo en equipo

5% Presentación del trabajo en equipo

50% Evaluación final

Los tests realizados son directamente evaluables, aunque cuentan como participación en clase y son muy útiles para corregir de inmediato aspectos que no hayan quedado claros en clase. Además, el tipo de preguntas de dichos test puede ser muy útil para preparar el examen final al ser de estilo similar. El examen constará de dos partes, una primera tipo test y otra con ejercicios y/o preguntas de desarrollo. La puntuación asignada a cada una de las preguntas del examen se mostrará al lado del enunciado en el examen. La nota mínima del Examen para poder hacer media es de "5" puntos, de lo contrario, se irá a recuperación.

Asistencia al aula: La asistencia a las clases teóricas es obligatoria y se harán controles de asistencia.

## **Recursos**

---

### **Bàsics**

Bibliografies

-

Maraver, G. (2009). Distribución Comercial. UOC Editorial

- Martínez-López, F.J (2009). Distribución Comercial. Delta, Publicaciones Universitarias
- Molinillo, S. (2012). Distribución Comercial aplicada. ESIC Editorial

## **Complementaris**

### Bibliografies

- Vazquez, R. Y Otros (2006) Estrategias de distribución comercial: diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistes. Editorial Thomson cop.