

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

500230 - DISTRIBUCIÓ, LOGÍSTICA I RELACIÓ AMB ELS CANALS

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatoria
- Curs: Segon
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Esteban Escorcia González [<eescorcia@tecnocampus.cat>](mailto:eescorcia@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Castellà

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.

Presentació de l'assignatura

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.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB1. 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.
- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

- CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- CE2. Aplicar els principis de màrqueting i investigació de mercats
- CE4. 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.
- CE3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.

No definides

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 Logístiques
- 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 reintermidiació
- 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

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

- Avaluació continua (50%)

10% Tests en classe.

15% Seminaris (Es faran 3 sessions de seminaris)

25% Treball en equip

- Avaluació final (50%)

Test (40%)

Exercicis / Preguntes de desenvolupament (60%)

El test realitzat és directament avaluable, encara que compten com a participació en classe i són molt útils per a corregir immediatament aspectes que no hagin quedat clars en classe. A més, el tipus de preguntes d'aquests test pot ser molt útil per a preparar l'examen final a l'ésser d'estil similar.

L'avaluació final constarà de dues parts, una primera tipus test (40%) i una altra amb exercicis i/o preguntes de desenvolupament (60%). És imprescindible aprovar dues parts de l'avaluació final amb una nota de 5/10 per aprovar l'assignatura. La puntuació assignada a cadascuna de les preguntes de l'examen es mostrarà al costat de l'enunciat en l'examen. La nota mínima de l'Examen per a poder fer mitjana és de "5" punts, en cas contrari, s'anirà a recuperació.

Assistència a l'aula:

L'assistència a les classes teòriques és obligatòria i es faran controls d'assistència.

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria.

Bibliografia i Recursos

- Vázquez, Raúl, & otros (2006). Estrategias de distribución comercial: Diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas. Editorial Thomson.
- Maraver, Gonzalo (2009). Distribución comercial. UOC Editorial.
- Martínez-López, Francisco José (2009). Distribución comercial. Delta, Publicaciones Universitarias.
- Molinillo, Sergio (2012). Distribución comercial aplicada. ESIC Editorial.