

Plan 300 Lic.Admon.y Dirección Empresas

Asignatura 43656 COMUNICACION Y DISTRIBUCION COMERCIAL

Grupo 1

### Presentación

### Programa Básico

### Objetivos

El objetivo de la asignatura es proporcionar conocimientos que amplíen la formación básica de dos variables del Marketing Mix que son la Distribución Comercial y la Comunicación.

Respecto a la Distribución Comercial se profundiza en el conocimiento de la Distribución, sus objetivos, composición del Sistema Comercial y formas que pueda adquirir.

Por el lado de la comunicación esta asignatura se centra en el desarrollo de la comunicación publicitaria, especialmente en su funcionamiento, medios que utiliza y la evaluación de la eficacia y eficiencia de la misma.

### Programa de Teoría

#### PARTE I: Distribución Comercial

##### Tema 1. Naturaleza de la Distribución y Objetivos de la Empresa Distribuidora

1. Concepto de Distribución Comercial
2. Funciones de la Distribución
3. Canal de Distribución
4. Ventajas e Inconvenientes de los intermediarios
5. Objetivos de la Empresa Distribuidora

##### Tema 2. Cooperación en el canal de distribución

1. Respuesta eficiente del Consumidor
2. Tecnologías y Herramientas Facilitadoras
3. Estrategia de Oferta
4. Estrategia de Demanda

##### Tema 3. El Sistema Comercial

1. Concepto y Clasificación
2. Clasificación por Función
3. Métodos de Venta

##### Tema 4. Asociacionismo Espacial, Comercio Integrado y Comercio Asociado

1. Asociacionismo Espacial
2. Comercio Asociado
3. La Franquicia como forma de comercio asociado
4. Comercio Integrado

#### PARTE II: Comunicación Publicitaria

##### Tema 1. La Comunicación Publicitaria

1. La Publicidad como Proceso de Comunicación
2. Objetivos de la Publicidad
3. ¿Cómo funciona la publicidad?
4. Modelos Publicitarios

##### Tema 2 : Medios Publicitarios

1. Prensa Escrita
2. Medios Audiovisuales
3. Medio Exterior

---

#### 4. Investigación de Medios

##### Tema 3. El Plan de Medios

1. Planificación de medios . Conceptos

2. Ratios de Rentabilidad

3. Componentes de un plan de Medios

##### Tema 4. Proceso de creación Publicitaria

1. Estrategia Creativa

2. Corrientes Creativas

3. Estructura del Mensaje

##### Tema 5. Evaluación de la eficiencia Publicitaria

1. ¿Qué es la Eficiencia Publicitaria?

2. Pretest Publicitario

3. Posttest Publicitario

---

### Programa Práctico

---

### Evaluación

La forma de evaluación para el enjuiciamiento del rendimiento del alumno a lo largo del curso, consiste en la realización de un examen final escrito (convocatoria en junio y septiembre) que incluye una prueba teórico/ practica.

---

### Bibliografía

---