

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 al eficiencia Publicitaria

1. ¿Qué es la Eficiencia Publicitaria?

2. Pretest Publicitario

3. Postest 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 de la parte de Ditrribución Comercial.

Además, los alumnos deben presentar un trabajo de la parte de comunicación, previa presentación de un Esquema que debe ser aprobado por el profesor (ver fichero presentación)

Bibliografía
