UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO
Urb. Montalbán - La Vega - Apartado 29068
Teléfonos: 47.51.10 al 19
Caracas (102) - Venezuela
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración y Contaduría

ELECTIVA

PROGRAMA DE CANALES DE DISTRIBUCION

Objetivos.

- Enfocar a los canales de distribución como sistemas interorganizacionales cuyo objetivo es hacer disponibles para el consumo, en el tiempo y lugar correcto, todos aquellos bienes, servicios y otros conceptos.

- Ilustrar cómo sectores de la economía pueden efectiva y eficientemente transmitir cosas de valor desde los puntos de concepción, extracción o producción a los puntos de consumo.

- Analizar los canales de distribución como sistemas sociales, económicos y políticos.

- Analizar los distintos roles que juegan los miembros del canal, el uso del poder, los conflictos que surgen entre ellos, sus sistemas de comunicación.

- Orientar el curso hacia la gerencia de organizaciones, las cuales están compartiendo actividades y responsabilidades en conjunto dentro del sistema de distribución.

CONTENIDO

TEMA I INTRODUCCION

- Qué determina la estructura de los canales de distribución.
- Canales de distribución como sistemas interorganizacionales.
- Estructura de los canales y su evolución.

TEMA II DETALLISTAS

- Estructura de los detallistas
- Competencia, Evolución.
- Gerencia.

TEMA III MAYORISTAS

- Estructura de los mayoristas.
- Competencia, Evolución.
- Gerencia.

TEMA IV DISTRIBUCION FISICA

- Distribución Física por los miembros del canal.
- Stándares de servicio al consumidor.
- Evaluación de necesidades de depósitos locales, cantidad.
- Gerencia y control de inventarios.

TEMA V ESTRUCTURA DE LOS CANALES

- Necesidad de intermediarios.
- Estructura.

TEMA VI GERENCIA DE CANALES DE DISTRIBUCION

- El canal como sistema interorganizacional.
- Surgimiento de conflictos.
- Uso del poder y respuesta a los conflictos
- Liderazgo.
- Proceso de comunicación.

TEMA VII ORGANIZACION Y DISEÑO DE CANALES

- Integración vertical.
- Sistemas contractuales.
- Franquicias.
- Sistemas corporativos.
- Ventajas de la integración vertical.

TEMA VIII ASPECTOS GENERALES

- Problemas entre los canales: comunicación, precios, productos, transporte, almacenamiento, promociones, costos.
- Canales de Distribución Internacionales.
- Canales de Distribución para Servicios.

BIBLIOGRAFIA

L.W. Stern y A.I. Ansary — Canales de Distribución. Prentice Hall - 1.977

S.J. Stanton — Fundamentos de Marketing Mc. Graw Hill Latinoamericana. Bogotá - 1.980.