

ONA10154 Canales de distribución comercial (10 horas)

Objetivos:

Aprender cuáles son los principios fundamentales de retribución a distribuidores, así como saber de los aspectos positivos y negativos de las modalidades de descuentos aplicadas a cada canal.

Comprender las funciones que desempeñan los canales mayoristas y minoristas, y las diferentes formas de actuación para cada caso.

Conocer los diferentes canales de distribución, así como los aspectos con los que contar en su gestión.

Índice:

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.DISEÑO DE LA ESTRUCTURA

1.1.Introducción

1.2.Funciones de los canales de distribución

1.3.Diseño de un canal de distribución

1.4.Elección de los intermediarios.

1.5.Los sistemas verticales de marketing (SVM)

1.6.Otras estructuras en los canales

1.7.Conflictos entre canales

2.MINORISTAS

2.1.Venta minorista

2.2 Marketing de los minoristas

3.MAYORISTAS

3.1.Venta mayorista

3.2.Factores de expansión y tipos de mayoristas

3.3.Decisiones de marketing de los mayoristas

3.4.Tendencias en la venta mayorista

3.5.Sistemas de logística

3.6.Objetivos de la logística de mercado

3.7.Decisiones de logística

4.RETRIBUCIÓN

4.1.Motivación y retribución de los distribuidores

4.2.Fórmulas de descuento

4.3.Estructuras de los descuentos

4.4.Modelo de condiciones comerciales