



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

#### 1. Datos generales

**Materia:** CANALES DE COMERCIALIZACIÓN (4 CREDITOS)  
**Código:** FAD0233  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2019 a Febrero-2020  
**Profesor:** VERA REINO JOSE LEONARDO  
**Correo electrónico:** jvera@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 5

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

#### Prerrequisitos:

Código: FAD0244 Materia: INTRODUCCION AL MARKETING

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

A través de esta cátedra se conocerán los elementos de los sistemas de distribución y su vinculación con los objetivos, segmentación y posicionamiento de la empresa. Se podrán observar las características y tendencias de los canales de distribución, conocer herramientas claves en los canales como son Trade Marketing y Merchandising y por último se realizará un análisis de la evolución de los canales, dinámicas y tendencias del comercio.

Los canales de distribución representan un sistema interactivo que implica a los agentes del campo empresarial como son los fabricantes, intermediarios y consumidores. Es importante que el representante de Marketing conozca el funcionamiento de este sistema y utilice herramientas que le permitan tomar acertadas y oportunas decisiones al respecto, puesto que de ello dependerá la adecuada elaboración del plan de marketing estratégico de la empresa.

La materia Canales de distribución forma parte importante del Marketing Mix del Plan Estratégico de Marketing de una empresa, por tal motivo es de vital importancia saber analizar si los sistemas de distribución son los adecuados para los clientes a los que nos debemos.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

1.1	Concepto y funciones de la distribución.
1.2	Canales de distribución: tipo, tamaño, organización, intermediarios, costos
1.3	Intermediarios, costos y flujos de los canales.
1.4	Objetivos de la empresa distribuidora: Objetivos cuantitativos, rentabilidad.
2.1	Estrategias: Directa e Indirecta, Cobertura.
2.3	Proceso de elección del canal de distribución:
2.4	Métodos para la elección de un canal de distribución.
3.1	Respuesta eficiente al consumidor, tecnologías y herramientas.
3.2	Reaprovisionamiento eficiente, estrategias de demanda.
3.3	Gestión por categoría (Category Management)

4.1	Criterios de la clasificación.
4.2	El sistema comercial desde el punto de vista funcional.
4.3	Algunos mayoristas y minoristas
4.4	El sistema comercial por el grado de integración:Asociacionismo espacial.
4.5	El sistema comercial por el grado de integración: Comercio asociado
5.1	Concepto y orígenes
5.2	Tipos de franquicias
5.3	Elementos de la franquicia
5.4	Ventajas e Inconvenientes
6.1	Interpretaciones sobre el proceso de evolución de los formatos comerciales.
6.2	Conceptualización del comercio electrónico.
6.3	Distribución mediante medios electrónicos.

## 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

bg. Aplicar los modelos y técnicas de ventas más relevantes.

-Conocer herramientas eficientes en los canales de distribución, tales como Trade Marketing y Merchandising

-Evaluación escrita  
-Trabajos prácticos -  
productos

-Conocer las nuevas alternativas de distribución y comercialización vinculadas a las TIC's.

-Evaluación escrita  
-Trabajos prácticos -  
productos

-Desarrollar propuestas de Trade Marketing y Merchandising para una empresa.

-Evaluación escrita  
-Trabajos prácticos -  
productos

bh. Manejar adecuadamente la gestión integral del cliente.

-Desarrollar destrezas de análisis para determinar si los sistemas de distribución están acorde a la segmentación y posicionamiento de las empresas punto de análisis.

-Evaluación escrita  
-Trabajos prácticos -  
productos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Se evaluará el capítulo 1 y 2	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION, INTRODUCCION A LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCION	APORTE	10	Semana: 4 (30-SEP-19 al 05-OCT-19)
Evaluación escrita	Se evaluará capítulos 3 y 4	COOPERACION EN EL CANAL DE DISTRIBUCION, EL SISTEMA COMERCIAL	APORTE	10	Semana: 12 (25-NOV-19 al 30-NOV-19)
Trabajos prácticos - productos	Se evaluará capítulos 5 y 6	COMERCIO ASOCIADO (FRANQUICIAS), NUEVAS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION	APORTE	10	Semana: 20 ( al )
Trabajos prácticos - productos	Se evaluará todo el contenido	COMERCIO ASOCIADO (FRANQUICIAS), COOPERACION EN EL CANAL DE DISTRIBUCION, EL SISTEMA COMERCIAL, ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION, INTRODUCCION A LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCION, NUEVAS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION	EXAMEN	20	Semana: 20 ( al )
Evaluación escrita	Se evaluará todo el contenido	COMERCIO ASOCIADO (FRANQUICIAS), COOPERACION EN EL CANAL DE DISTRIBUCION, EL SISTEMA COMERCIAL, ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION, INTRODUCCION A LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCION, NUEVAS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION	SUPLETORIO	20	Semana: 21 ( al )

## Metodología

## Criterios de evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, PHILIP. HARVARD BUSINESS REVIEW.	Educación Cultural Recreativa.	MODIFIQUE SU OBSESIÓN POR VENDER, ENFATIZANDO LA EFECTIVIDAD DE SU MERCADOTECNIA/ CÓMO DESARROLLAR E	1987	NO INDICA
KOTLER, PHILIP; AMSTRONG, GARY	Pearson Prentice Hall.	PRINCIPIOS DE MARKETING	2008	NO INDICA
MCCARTHY, E. JEROME; PERREAULT, WILLIAM D.; ROSAS SANCHEZ, MARIA ELENA; TRAD.: SEDORIO MARTINEZ, CAR	McGraw Hill.	MARKETING: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA TEORÍA PRÁCTICA	1997	NO INDICA
PELTON, LOU E	Mc Graw Hill	CANALES DE MARKETING Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	1999	NO INDICA
ENRIQUE DIEZ DE CASTRO	MC GRAW HILL	Distribución Comercial	2004	84-481-40745

#### Web

Autor	Título	Url
Quiñones, Javier	E-Libro	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10316906&amp;p00=canales%20distribucion%20mar">http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10316906&amp;p00=canales%20distribucion%20mar</a>
West, Alan	E-Libro	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10184600&amp;p00=canales%20distribucion%20mar">http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10184600&amp;p00=canales%20distribucion%20mar</a>
Hugo Rodolfo Paz	Canales de distribución: gestión comercial logística (3a. ed.)	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3206684">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3206684</a>

Software

---

Revista

---

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ENRIQUE DIEZ DE CASTRO	MC GRAW HILL	Distribución Comercial	2004	84-481-40745

Web

Autor	Título	Url
Hugo Rodolfo Paz	Canales de distribución: gestión comercial logística (3a. ed.)	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3206684">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3206684</a>

Software

---

Revista

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **12/09/2019**

Estado: **Aprobado**