



FITXA IDENTIFICATIVA

DADES DE L'ASSIGNATURA

Codi: 42149

Nom: Distribució i logística internacional

Cicle: Màster Universitari Oficial

Crèdits ECTS: 7,5

Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2069 - M.U.Gest.Neg.Int.	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2069 - M.U.Gest.Neg.Int.	Distribució i logística internacional	OPTATIVA

COORDINACIÓ

RUIZ MOLINA MARIA EUGENIA

FRASQUET DEL TORO MARTA

RESUM

Aquesta assignatura s'ocupa de la gestió dels canals de distribució i la logística. El disseny i la gestió dels canals de comercialització en una economia globalitzada ha de tenir en compte les diversitats existents en diferents cultures, com ara la demanda dels consumidors, els tipus d'intermediaris, les estructures minoristes, les infraestructures logístiques i la disponibilitat de maneres de transport. Aquesta assignatura tracta d'aquests aspectes adoptant un enfocament pràctic que identifica les organitzacions clau que competeixen en el mercat global i analitza les seves estratègies i resultats.

CONEIXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS



COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

To equip students with a critical understanding of the main concepts, frameworks and techniques of international distribution and logistics management.

To equip students with knowledge of supply chain management and relevant logistical concepts and practices.

To equip students with the abilities to work in teams

To provide students with the abilities required in the global firm to access and manage efficiently international channels of distribution.

To provide students with the opportunity to analyse and manage data and to arrive at sound and workable decisions regarding an organization's distribution strategy.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1.

2.

3.

4.

5.

6.



7.

8.

VOLUM DE TREBALL (HORES)**ACTIVITATS PRESENCIALS**

Activitat	Hores
Tutories	9,50
Teoria	24,00
Seminari	15,00
Pràctiques a l'aula	21,00
Altres activitats	3,00
Total hores	72,50

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	3,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	66,00
Estudi i treball autònom	49,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	118,00

METODOLOGIA DOCENT

Els temes del curs es cobriran mitjançant conferències, cursos, seminaris a càrrec d'oradors convidats i visites a organitzacions rellevants. Durant les classes, els professors introduiran i il·lustraran els principals temes teòrics i guiaran la discussió dels estudiants al voltant d'aquests temes.

AVALUACIÓ

- 1.Examen final 30%
- 2.Treball individual 30%
- 3.Treball en equip 30%
- 4.Participació a classe 10%



BIBLIOGRAFIA

- Palmatier, R. W., Sivadas, E., Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (2019). *Marketing Channel Strategy: An Omni-channel Approach*. Routledge/Taylor & Francis, New York. Zentes, J., Morschett, D. and Schram-Klein, H. (2016). *Strategic Retail Management*. Gabler GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Albright & Winston (2015) *Business analytics: Data analysis for decision making*. Cengage Learning, Boston. Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, M.B. (2010). *Supply chain logistics management*. McGraw-Hill, New York. Buttkus, M., & Eberenz, R. (2019). *Performance management in retail and the consumer goods industry*. Springer International Publishing. Castaldo, S., Grosso, M., & Premazzi, K. (2020). *Retail and channel marketing*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK. Coughlan, A. T. & Jap, S. D. (2016). *A field guide to channel strategy: Building routes to market*. CreateSpace Independent Publishing. Pelton, L. E., Strutton, D., & Lumpkin, J. R. (2002). *Marketing channels: A relationship management approach*, McGraw-Hill/Irwin. Ponte, S., Gereffi, G., & Raj-Reichert, G. (2020). *Handbook on global value chains*. Edward Elgar Publishing. Shareef, M. A., Dwivedi, Y. K., & Kumar, V. (2016). *Mobile marketing channel*. Springer, Cham.