

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 46791
Nom: Distribució i logística internacional
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 7,5
Curs acadèmic: 2026-27

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2268 - Máster Universitari en Gestió de Negocis Internacionals (IMBA)	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2268 - Máster Universitari en Gestió de Negocis Internacionals (IMBA)	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.

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' APRENTATGE

2268 - Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales (IMBA)

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. DEFINICIÓ DELS CANALS DE DISTRIBUCIO

2. LA DISTRIBUCIÓ ONLINE I L'ESTRATEGIA OMNICANAL

3. DISENY I AVALUACIÓ DELS CANALS DE COMERCIALITZACIO

4. LA COORDINACIO DELS CANALS DE COMERCIALITZACIO

5. DISTRIBUCIO MINORISTA I: PRESENTACIO I INTERNACIONALITZACIO

6. DISTRIBUCIO MINORISTA II: MARQUETING

7. LOGISTICA I: GESTIÓ DE LA CADENA DE SUMINISTRE

8. LOGISTICA II: TRANSPORT, MAGATZEM I GESTIO D'INVENTARIS

**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	0,00
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	115,00

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.

s temes.

AVALUACIÓ

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

p>

BIBLIOGRAFIA

- Ailawadi, K.L. & Farris, P.W. (2020). Getting multi-channel distribution right. John Wiley & Sons, New Jersey. 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. Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). The handbook of logistics and distribution management: Understanding the supply chain.. Kogan Page Publishers. Zentes, J., Morschett, D., & Schramm-



Klein, H. (2017). Strategic Retail Management, 3rd edition. Springer Gabler, Wiesbaden.

- Albright, & Winston (2015) Business analytics: Data analysis for decision making. Cengage Learning, Boston (USA). Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, M.B. (2010). Supply chain logistics management. McGraw-Hill, New York (USA). Buttkus, M., & Eberenz, R. (2019). Performance management in retail and the consumer goods industry. Springer Nature, Cham (Switzerland). Coughlan, A. T., & Jap, S. D. (2016). A field guide to channel strategy: Building routes to market. CreateSpace Independent Publishing. Furey, T., & Friedman, L. (2011). The Channel Advantage. Routledge, New York (USA). Paksoy, T., Kochan, C. G., & Ali, S. S. (Eds.). (2020). Logistics 4.0: Digital transformation of supply chain management. CRC Press. Ponte, S., Gereffi, G., & Raj-Reichert, G. (2020). Handbook on global value chains. Edward Elgar Publishing, Cheltenham (UK). Shareef, M. A., Dwivedi, Y. K., & Kumar, V. (2016). Mobile marketing channel. Springer, Cham (Switzerland).