



CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

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 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