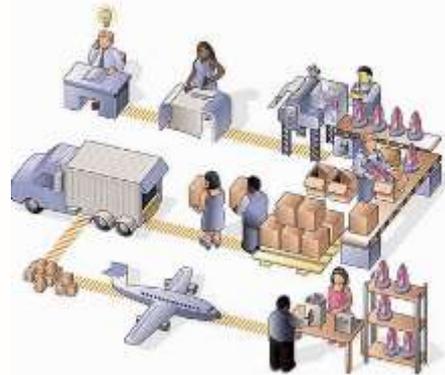




Universidad
Continental

Presentación de la asignatura Procesos y Sistemas de Distribución

Mg. Juan A. Manyari De La Cruz





Introducción de la asignatura

- La asignatura es de naturaleza teórica – práctica, tiene como propósito desarrollar en el estudiante la capacidad de describir los procesos de distribución e interpretar la función de la distribución comercial.
- Contiene conceptos de distribución de productos, modelos de distribución ágil, evolución de la distribución comercial y sistemas para el soporte de decisiones de distribución.





Resultado de aprendizaje

- Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de elaborar acciones y estrategias en los procesos y sistemas de distribución para resolver e interpretar diferentes problemáticas que brinden éxito en cualquier producto o servicio en un mercado altamente cambiante y globalizado.





Organización de los aprendizajes

UNIDAD I **Introducción a los procesos y sistemas e información**

UNIDAD II **Segmentar clientes, crear portafolio, gestión de canales de acuerdo a experiencias de empresas transnacionales**

UNIDAD III **Field sales managment- recursos humano y canales de distribución**

UNIDAD IV **El trade marketing pre y post impacto- shopper**



Unidad I: Introducción a los Procesos y Sistemas de distribución

Resultado de aprendizaje:

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar los procesos y sistemas de distribución de diferentes unidades de negocio de carácter internacional.

• Contenidos:

1. Funciones de los procesos y sistemas de distribución.
2. La ventaja de los procesos y sistemas de distribución.
3. Proceso de la gestión de los procesos y sistemas de distribución.



Actividad:

- Participación en el foro sobre la importancia de los sistemas de distribución en las empresas.
- Elaboración de un ensayo sobre el desarrollo y gestión de canales de distribución tomado de una lectura de Harvard



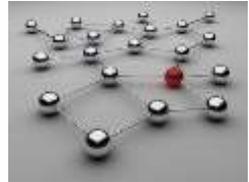
UNIDAD II: Segmentar clientes, crear portafolio, gestión de canales de acuerdo a experiencias de empresas transnacionales

Resultado de aprendizaje:

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar la segmentación de clientes, portafolio de productos y gestión de canales de una empresa local regional.

Contenidos:

- Segmentación de clientes: Portafolio de clientes, Portafolio de productos.
- Los pasos en la gestión de canales: Las necesidades de los clientes, formulación de nuevos conceptos de canales, los pasos en la gestión de canales, pruebas Piloto, extensión rápida, los resultados y adaptación del canal.



Actividad:

- Describir, resumir y aplicar los conceptos del tema de la unidad en una empresa real



Unidad III: Field Sales Management - Recursos Humanos y Canales de Distribución

Resultado de aprendizaje:

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar la metodología FSM, liderazgo en equipo de una empresa en mercado de competencia.

Contenidos:

- Gestión de los procesos y sistemas de distribución.
- Selección, capacitación y motivación de los miembros del canal.
- Maximización de las economías de los canales: la ventaja uno a uno.
- Dinámica y evolución de los canales de distribución. Distribución vertical y horizontal.



Actividad:

- Resolver el caso: LOCTITE CORPORATION - DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL sobre una problemática relacionada con sus canales de distribución.



Unidad IV: El Trade Marketing pre y post Impacto- Shopper

Resultado de aprendizaje:

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de crear un módulo de impacto de las inversiones del trade marketing en la gestión de venta de una empresa local y regional.

Contenidos:

- Trade marketing, rol, funciones e interacciones.
- El consumidor en el punto de venta, comunicación y promoción.
- Impacto de la estrategia de distribución en la cadena de suministro y en los costos operativos de la empresa.



Actividad:

- Examen final sobre todo los temas tratados en el curso



Recursos educativos virtuales

- Video clases
- Enlaces de videos
- Foros de consulta
- Biblioteca virtual
- Lecturas sugeridas de Harvard Business Publishing





Recomendaciones finales

- En las sesiones virtuales de cada semana, guiaré tu aprendizaje, orientaré el desarrollo de actividades y atenderé tus dudas e inquietudes.
- Con estas indicaciones, estamos listos para iniciar nuestra asignatura.



