

# Distribución comercial

Familia profesional: Comercial y atención al cliente

Modalidad: Teleformación

Duración: 25 horas

## Objetivos:

- Conocer los diferentes canales de distribución, así como los aspectos con los que contar en su gestión.
- Comprender las funciones que desempeñan los canales mayoristas y minoristas, y las diferentes formas de actuación para cada caso.
- 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.

## Contenidos:

### UD1. Estructura de la distribución comercial.

#### 1.1. Introducción.

#### 1.2. Funciones de los canales de distribución.

##### 1.2.1. Información y pedidos.

##### 1.2.2. Promoción y negociación.

##### 1.2.3. Financiación, riesgo, posesión física.

#### 1.3. Diseño de un canal de distribución.

##### 1.3.1. Nivel de servicio deseado por el cliente.

##### 1.3.2. Especificaciones del canal.

##### 1.3.3. Alternativas de canal.

##### 1.3.4. Evaluación de alternativas.

#### 1.4. Dirección del canal.

##### 1.4.1. La selección.

##### 1.4.2. La motivación.

##### 1.4.3. La evaluación.

##### 1.4.4. Modificación de los acuerdos.

##### 1.4.5. Ciclo de vida del canal.

#### 1.5. Nuevas estructuras en los canales.

##### 1.5.1. Los sistemas verticales de marketing.

#### 1.6. Otras estructuras en los canales.

##### 1.6.1. Sistemas horizontales de marketing.

- 1.6.2. Sistemas de marketing multicanal.
- 1.7. Conflictos en los canales y sus soluciones.

## **UD2. Canales minoristas.**

- 2.1. Introducción.
- 2.2. La venta minorista.
  - 2.2.1. Tipos de establecimientos minoristas.
  - 2.2.2. Tipología del servicio minorista.
  - 2.2.3. Minoristas sin establecimiento.
  - 2.2.4. comercios asociados.
- 2.3. El marketing de los minoristas.
  - 2.3.1. Decisión sobre el mercado o
  - 2.3.2. Decisiones sobre el surtido y el aprovisionamiento.
  - 2.3.3. Servicios del establecimiento.
  - 2.3.4. Decisiones sobre el precio.
  - 2.3.5. Decisiones de promoción.
  - 2.3.6. Decisiones sobre la localización.
- 2.4. Tendencias en la venta minorista.

## **UD3. Canales mayoristas.**

- 3.1. Funciones de los mayoristas.
- 3.2. Tipos de mayoristas.
- 3.3. Decisiones de marketing de los mayoristas.
  - 3.3.1. Decisión sobre el mercado objetivo.
  - 3.3.2. Decisiones sobre el surtido de productos.
  - 3.3.3. Decisiones sobre el precio.
  - 3.3.4. Decisiones sobre la promoción.
  - 3.3.5. Decisiones sobre la localización.
- 3.4. Tendencias en la venta mayorista.
- 3.5. Sistemas de logística.
- 3.6. Objetivos de la logística de mercado.
- 3.7. Decisiones de la logística.
  - 3.7.1. Procesamiento de pedidos.
  - 3.7.2. Almacenamiento.
  - 3.7.3. Existencias.
  - 3.7.4. Transporte

## **UD4. Motivación y retribución de los distribuidores.**

**4.1. La motivación y retribución de los distribuidores.**

4.1.1. El precio de venta al público.

4.1.2. La base de la retribución comercial.

4.1.3. Cálculo de los márgenes de los distribuidores.

4.1.4. Los precios de venta.

4.1.5. los precios de compra.

4.1.6. La inflación.

4.1.7. Las convenciones contables.

4.1.8. La estructura de precios del comercio.

**4.2. Fórmulas de descuento.**

4.2.1. El descuento por cantidad.

4.2.2. La concentración comercial.

4.2.3. Consideraciones prácticas.

4.2.4. El descuento por crecimiento.

4.2.5. El descuento por tamaño del pedido.

4.2.6. Las funciones del distribuidor.

4.2.7. El establecimiento de precios diferenciados.

4.2.8. El descuento por cooperación.

4.2.9. El descuento por pronto pago.

4.2.10. la distorsión del crédito.

4.2.11. La domiciliación bancaria de pagos.

4.2.12. El efecto disuasorio del descuento por pronto pago.

4.2.13. otros descuentos.

**4.3. Estructura de los descuentos.**

4.3.1. Tipos uniformes.

4.3.2. El obstáculo de la inflación.

4.3.3. Escalas unitarias.

4.3.4. Ahorros en los costes.

4.3.5. Inclinación y límites.

4.3.6. Escalas de incrementos.

**4.4. Modelo de condiciones comerciales.**

---

## Información específica

**“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”**

**Fecha de inicio y fecha de fin:** Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

**Metodología:** La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

**Requisitos de acceso:** Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

**Material necesario para el desarrollo de la formación:** El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

**Evaluación:** Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

**Medios de contacto:** Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

**Acreditación de los docentes:** Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

**Precio del curso:** El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.