

## Ficha del libro



# DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

**Autor/es:** Francisco Martínez-López y Guillermo Maraver Tarifa (Editores)

**Formato:** 20 x 26 cm

**Edición:** 1ª Edición

**ISBN:** 978-84-92453-43-6

**Encuadernación:** Rústica

**Nº Páginas:** 776

**Precio:** 48,00 €

### Descripción

Esta obra constituye un esfuerzo notable por abordar la temática de la Distribución Comercial de una manera exhaustiva, moderna, con rigor y enfoque académico. Al mismo tiempo, es una preocupación constante la aplicabilidad de los fundamentos teóricos presentados, con la utilización de continuos ejemplos reales y múltiples recursos docentes enfocados a la práctica, como mini lecturas y casos de estudio de empresas, preguntas de discusión, etc. Los contenidos de la obra se estructuran en seis grandes bloques temáticos y diecinueve capítulos, repartidos de manera equilibrada en cada uno de ellos.

La planificación y diseño de contenidos, realizada sobre la base de una revisión previa de manuales nacionales y extranjeros de referencia, incorporando temas clásicos y de máxima actualidad, así como la nutrida participación de autores (más de veinte profesores de la materia pertenecientes a diez universidades españolas, y algunos profesionales del sector de la distribución), hacen que esta obra constituya a día de hoy una de las ofertas editoriales sobre Distribución Comercial más completas y detalladas en lengua española.

### Contenido

PRIMERA PARTE: Introducción (Distribución Comercial y Sistema Comercial)CAPÍTULO 1.

Distribución CAPÍTULO 2. Situación y evolución de la distribución comercial en la

EconomíaCAPÍTULO 3. Tipología básica de canales de distribución: organizacionales y de consumo

SEGUNDA PARTE: Estructura y relaciones del canal de distribuciónCAPÍTULO 4. Marco teórico para el análisis de los canales de distribuciónCAPÍTULO 5. Diseño e implementación de los canales de distribuciónCAPÍTULO 6. Sistemas de organización del canal de distribución

TERCERA PARTE: Las empresas de distribución: tipología básica del comercioCAPÍTULO 7. El comercio mayoristaCAPÍTULO 8. Comercio Minorista: Formas comercialesCAPÍTULO 9. Decisiones Estratégicas del Minorista: Gestión de la marca de distribuidor

CUARTA PARTE: Comercio Asociado: Formatos/Estructuras más relevantes CAPÍTULO 10.

Cooperativa de detallistas y Cadena voluntariaCAPÍTULO 11. La franquiciaCAPÍTULO 12. Centros ComercialesCAPÍTULO 13. Centros Comerciales Abiertos

QUINTA PARTE: La logística de la distribución comercial: estructura y estrategia CAPÍTULO 14.

Gestión estratégica de la logística y de la cadena de suministroCAPÍTULO 15. Funciones logísticasCAPÍTULO 16. Colaboración en la cadena logística

SEXTA PARTE: Gestión del canal de distribución en un entorno electrónico

CAPÍTULO 17. Nociones sobre e-business y el nuevo contexto de relacionesCAPÍTULO 18. Los

canales de distribución electrónicosCAPÍTULO 19. La logística basada en sistemas de gestión e-business