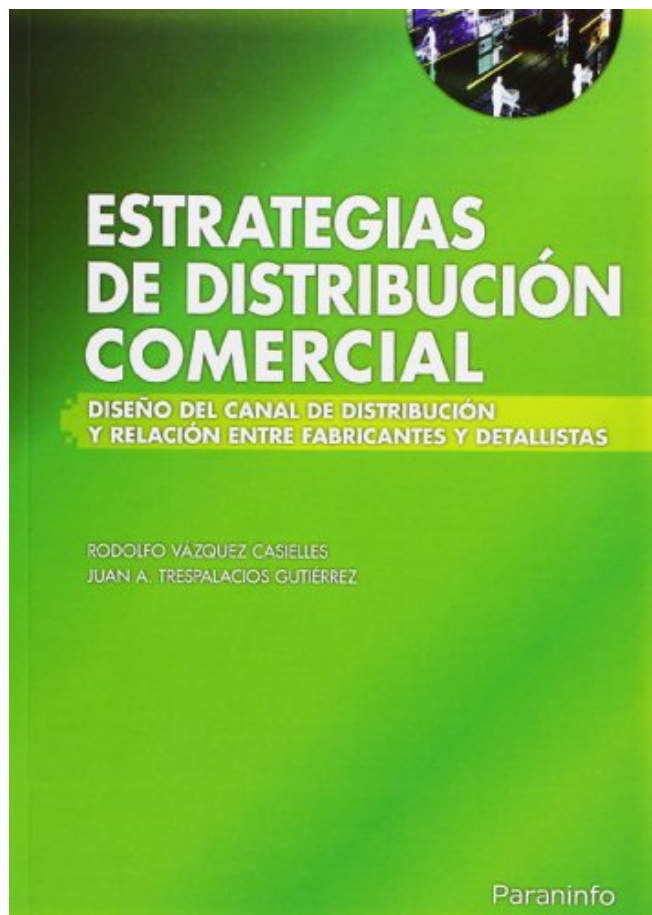


# Paraninfo

## Estrategias de distribución comercial



**Editorial:** Paraninfo

**Autor:** JUAN ANTONIO TRESPALACIOS GUTIERREZ, RODOLFO VAZQUEZ CASIELLES

**Clasificación:** Universidad > Marketing y Comercio

**Tamaño:** 17 x 24 cm.

**Páginas:** 504

**ISBN 13:** 9788497324700

**ISBN 10:** 8497324706

**Precio sin IVA:** 32,40 Eur

**Precio con IVA:** 33,70 Eur

**Fecha publicación:** 28/04/2006

### Sinopsis

Libro de investigación que se articula en cuatro grandes bloques temáticos ampliamente interrelacionados: el marco teórico de la distribución comercial, tipología de empresas de distribución, estrategias de marketing para empresas detallistas y estrategias de distribución comercial en la empresa fabricante. Esperamos que este libro sea de utilidad para todos aquellos que potencialmente puedan estar interesados por los temas de distribución comercial, desde profesores hasta alumnos de grado y postgrado o de programas MBA, así como directivos y ejecutivos responsables de estas decisiones en empresas públicas y privadas o en diferentes organismos gubernamentales.

### Indice

Autores. Prólogo. Primer Bloque: Marco teórico de la distribución comercial 1. Concepto, estructura y composición de los canales de distribución 2. Análisis del canal de distribución: teorías sobre las relaciones entre empresas y su evolución. Segundo Bloque: Empresas de distribución comercial y nuevos métodos de venta 3. Naturaleza, funciones y tipos de empresas mayoristas y minoristas 4. Internet y comercio electrónico. Tercer Bloque: Estrategias de la empresa detallista y diseño de sus actividades de marketing 5. Dirección comercial de la empresa detallista: el comportamiento del consumidor en su proceso de compra 6. Localización

de empresas detallistas: evaluación espacial y selección del lugar de ubicación 7. Decisiones de surtido y estrategias de marca del distribuidor 8. Estrategias y políticas de precio para la empresa detallista 9. Decisiones de merchandising: gestión de la oferta presentada al cliente 10. Promoción de ventas en empresas detallistas: evaluación por el consumidor y análisis de eficiencia. Cuarto Bloque: Estrategias del fabricante: selección del canal de distribución y coordinación de las relaciones con los intermediarios 11. Estrategia de distribución adoptada por el fabricante: diseño y selección de canales de distribución 12. Análisis de las relaciones entre fabricante y distribuidor: manifestaciones de poder y alternativas de cooperación. Resumen. Direcciones de Internet. Términos clave. Cuestiones. Bibliografía. Índice analítico.

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal 41, Oficina 701. 28003 Madrid (España)  
Tel. (+34) 914 463 350 Fax (+34) 91 445 62 18  
info@paraninfo.es www.paraninfo.es