



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

ANO LECTIVO

2008/2009

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Marketing de Distribuição		
Área Científica	Marketing		
Classificação curricular	OBRIGATÓRIA	Ano / Semestre	3 / 1

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
5	135	T: 30 + PL: 30	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	José Carlos Duque Rodrigues Pedro	Eq. Assist. do 1º Triénio
Teóricas	José Carlos Duque Rodrigues Pedro	Eq. Assist. do 1º Triénio
Teórico-Práticas		
Práticas		
Prático-Laboratorial	José Carlos Duque Rodrigues Pedro	Eq. Assist. do 1º Triénio

OBJECTIVOS

A unidade curricular oferece os fundamentos teóricos e as competências necessárias para compreender a função de Distribuição no âmbito do Marketing. Desta forma, discute-se:

- Questões inerentes à Logística e Distribuição.
- Concepção tradicional e moderna da Distribuição.
- Os circuitos de distribuição.
- A política de marketing dos distribuidores.
- A gestão da força de vendas.
- Os diversos tipos de comércio – Comércio tradicional e grande distribuição; formas de venda.
- Os clientes.
- Custos Comerciais.

Os alunos deverão dominar a temática tratada sob o ponto de vista teórico e prático, aplicando os sistemas conceptuais à realidade económica e social da sua área de trabalho

PROGRAMA PREVISTO

1. Os circuitos de distribuição

Objectivos:

- Saber o que é um canal de distribuição
- Aprender porque é que os produtores escolhem os intermediários
- Identificar os membros dos canais de distribuição
- Identificar os fluxos internos nos canais de distribuição

2. Estratégia de Canal

Objectivos:

- Construir uma estratégia de distribuição
- Aprender a segmentar o mercado alvo e a seleccionar os melhores canais para cada segmento.
- Coordenação dos canais

3. A Logística

Objectivos:

- Saber quais os conceitos e objectivos da logística na empresa
- Identificar as decisões chaves da logística
- Relacionamento da logística com as outras funções na empresa
- Conhecer o sistema logístico

4. O Ponto de Venda

Objectivos:

- Saber fazer a gestão do espaço físico
- A organização e gestão de loja
- Animação e serviço no ponto de venda
- O aprovisionamento

BIBLIOGRAFIA

- AAVV. Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição. Atlas, 2001
- AAVV. Distribuição. Lisboa: Publicações Europa-América, 2001
- AAVV. Marketing de Redes de Distribuição. Campus, 2001
- COOPER, James. Logística e Planeamento da Distribuição. Lisboa: Publicações Europa-América, 2001
- DIONÍSIO, Pedro et al. Mercator – Teoria e Prática do Marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 2000
- JALLAIS, J. et al. O Marketing da Distribuição. Lisboa: Zénite, 1993
- ROUSSEAU, José António. Manual de Distribuição. Lisboa: Abril/ Controljornal, 1997.
- SALGUEIRO, Teresa Barata. Do Comércio à Distribuição. Oeiras: Celta, 1996
- SIMÕES, M. Barata. Franchising – franquia, inovação e crescimento. Lisboa: Texto Editora,

1991.

SOUSA, José Meireles. Distribuição – uma visão estratégica. Lisboa: Texto Editora, 1996.

TARONDEAU, Jean-Claude e Dominique Ardel. A Distribuição. Lisboa: Publicações Europa-América, 2002

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Final	40% DA NOTA RESULTANTE DA AVALIAÇÃO E APRESENTAÇÃO DE UM TRABALHOS PRÁCTICOS e 60 % DA NOTA DE UMA FREQUÊNCIA INDIVIDUAL
-----------------	--

OBSERVAÇÕES

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia 6ª Feira

Horário 19.00-20.00

Local Gabinete

