

Política de distribución en un plan de marketing empresarial

Modalidad: curso e-Learning Duración: 15 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Analizar los factores que intervienen en la política de distribución según diferentes tipos de productos y servicios, clientes y sectores
- Identificar las fases y situaciones de la distribución por las que pasa un producto desde el lugar de producción o fábrica hasta el punto de destino o consumidor final.

CONTENIDOS

1. Definición de la política de distribución.
2. Canales y fórmulas de distribución.
3. Estrategias en la política de distribución.
4. Relaciones con la red y puntos de ventas.
5. Marketing en la distribución.
6. Comercialización «on line» de productos y servicios.
7. Elaboración de informes sobre distribución