

cr**iteria** 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

