

	Proceso: Formulación del Currículo y Plan de Estudios Guía de Cátedra	Código:	DOC11-FO-01
		Versión:	3
		Fecha:	23/05/2019
		Hoja:	Página 1 de 3

1. Identificación del Curso/ Módulo					
Nombre del Curso/ Módulo: <b>LOGISTICA Y DISTRIBUCION</b>	Línea de conocimiento: <b>MAOP</b>	Código de materia: <b>MAOP 18002</b>	Número de credits: <b>4</b>		
Facultad/ Departamento	<b>FAC DE INGEN ADMINISTRATIVAS</b>				
Programa que Administra el curso o módulo	<b>INGENIERIA DE MERCADOS</b>				
Niveles de Formación	Técnico Profesional		Especialización		
	Tecnológico Profesional		Maestría		
	Profesional	X	Doctorado		
Modalidad	Presencial	X	Dual	Virtual	
Número de horas con acompañamiento del profesor:			Número de horas de trabajo independiente:		
Fecha de actualización de la guía: 18/04/2023					

2. Conocimientos previos requeridos para el curso
El estudiante debe haber adquirido conocimiento sobre planeación estratégica y procesos, gestión del producto, administración y costos para generar un mayor entendimiento de la logística y distribución aplicable a cualquier tipo de negocio y/o sector.

3. Justificación
Es un componente integral en la formación del profesional para la gestión en la dirección y desarrollo de negocio en cualquier sector, que permite apropiarse de la logística en lo teórico y en lo práctico, como una variable estratégica en el marketing, como medio para gestionar ventajas competitivas y generar valor en las empresas, sumando a las necesidades y nuevas tendencias de consumo y del mercado. El estudio y apropiación de los conceptos de esta disciplina, permite la mejora en los procesos de aprovisionamiento, almacenamiento, producción, distribución, manejo de puntos de venta físicos y virtuales, centros de distribución, cuyo propósito se debe alinear a la estrategia definida por la empresa en función de la demanda de productos y/o servicios en el mercado, controlando el producto o servicio con la calidad, cantidad y precio correcto. Es importante involucrar al estudiante en la gestión de la distribución con un manejo ético y responsable social, económica y ambiental alineado a la logística marketing interactuando en los datos correctos trabajados en los sistemas de información, que permitan una toma de decisiones eficaz y eficiente en busca de la sostenibilidad de las empresas.

4. Competencias de formación		
Id	Competencia	Resultado de aprendizaje esperado
1	Planificación y ejecución	1 - Conocimiento temas e indicadores claves para desarrollar un modelo de logística y distribución aplicable a productos y servicios. 2 - Reconocimiento de las actividades primarias, indicadores y análisis de costos de stock 3 - Planificación con base en la demanda, tipos de producto, mercado, competencia y necesidades de cliente.
2	Desarrollo de procesos para generar valor	1 - Gestión de lead time, rotaciones, stock y aseguramiento de procesos que aporten a la productividad desde el modelo logístico. 2 - Control y minimización de costos, optimización de procesos de compras, producción, almacenamiento y distribución de productos y servicios. 3 - Planificación eficaz de distribución en canales que implica una evaluación de las condiciones existentes que se esperan en general, junto con una investigación más detallada de proyecciones futuras en demanda e incluso de logística de reversa que se puede presentar.

Id	Competencia	Resultado de aprendizaje esperado
3	Desarrollo de Canales bajo estrategias definidas en marca y precio	1 - Analizar las mejoras en la infraestructura del almacén, la integración del sistema y el diseño de procesos, de acuerdo con los requisitos de la cadena de suministro y la estrategia logística de la empresa, determinando la inclusión de operadores logísticos. 2 - Identificar y hacer uso de este tipo de herramientas como los sistemas de información que permitan analizar estratégicamente los canales más rentables y el comportamiento del mercado y sus clientes. 3 - • La colaboración y la comunicación entre los distintos departamentos de la empresa garantizan que los proyectos se ejecuten de la manera más eficaz y eficiente en función del trabajo en equipo.

5. Contenidos		
Id	Unidad de aprendizaje	Temáticas
1	Introducción Conceptos Claves en Logística y Distribución	El modelo de gestión en logística involucra el conocimiento del desarrollo de los diferentes flujos de procesos, gestión de materiales y recursos asociados al desarrollo de un producto o servicio en una empresa desde la fuente de aprovisionamiento hasta que se adquiere producto o servicio por el consumidor final, apropiando los conceptos en el sistema de distribución y desarrollo logístico.
2	La logística como Generador de Valor	Las nuevas necesidades de consumo que requieren transformaciones en la logística encargada de satisfacerlas, con esquemas y procesos rentables, eficaces y eficientes se alinea con la generación de valor para las empresas, el consumidor y el mercado, desarrollando crecimiento y sostenibilidad.
3	Gestión de Compras	Definir la estrategia en el modelo de gestión de compras, con base en tipo de producto o servicio, su importancia frente a rotaciones y participación de portafolio y la mitigación de riesgos que generan faltantes o agotados de materias primas o insumos donde el tiempo, calidad y precio, son los ejes que toda gestión de compras debe balancear en el abastecimiento de bienes y servicios para el negocio, para que el aprovisionamiento sea de la mayor calidad posible, por el mejor valor y en el tiempo adecuado
4	Gestión de Stock	4. Reconocer el papel que desempeñan los stocks dentro del proceso de inventarios frente a procesos de producción o venta en canales de distribución. Apropiar el concepto de los distintos tipos de gestión de stock. Diferenciar los diferentes tipos de stocks que pueden darse. Calcular el coste de la gestión de stocks y sus movimientos.
5	Sistemas de Información Logística	5. Reconocer la importancia en el modelo logístico y de distribución en las empresas de los sistemas de información Logística, asociado a los cambios organizacionales, el fortalecimiento de la infraestructura de TI, los tipos de sistemas de información, su aplicación en las empresas y la metodología de implementación de sistemas ERP.
6	Envases y Empaques	6. Definir conceptualmente un empaque, diferenciándolo de un envase y un embalaje. Conocer, analizar y comprender los diferentes tipos de envases y su trascendencia a través de los años, cómo los cambios generados por los hechos actuales en Bioseguridad y conservación o mitigación de impactos al medio ambiente, hacen que se generen nuevas alternativas en empaques, envases y embalajes.

<b>Id</b>	<b>Unidad de aprendizaje</b>	<b>Temáticas</b>
7	Logística de Marketing	7. Reconocer los objetivos de la logística de marketing. Gestión de Políticas basadas en la logística de marketing. Definir la logística de marketing necesaria, tanto para canales físicos como virtuales, la importancia y el diseño del Layout en puntos de venta.
8	Diseño y Evaluación de Canales	8. Hoy por hoy tanto productores como prestadores de servicio no vende sus bienes en forma directa sus clientes, es por eso que se deben identificar los diferentes intermediarios y actores, conocidos como mayoristas, distribuidores y detallistas quienes compran, adquieren los derechos y vuelven a vender la mercado, es muy importante conocer la operación en los mismos, las estrategias que desarrollan, y la manera de evaluarlos para garantizar factores como la rotación y posicionamiento del producto en el mercado

## 6. Evaluación y calificación

<b>Actividades o tipos de actividades</b>	<b>Porcentaje</b>
Análisis de casos y talleres	20
Lectura Critica	10
Test Evaluación	20
Parciales	30
Trabajo Final	20

## 7. Bibliografía

Informes logistica LOGYCA – NIELSEN – RADAR – FENALCO -ANDI Diez de Castro Enrique Distribución Comercial. Ed McGraw Hill 2da Ed. Stern Louis W. El- Ansary. Canales de Comercialización. Ed Prentice Hall, 5ta Ed. Pelton Lou, Strutton David. Canales de Marketing y Distribución Comercial. Ed McGraw Hill. Ballou Ronald H. Logística – Administración de la cadena de Suministro. Ed Pearson Prentice Hall. 5ta Ed. Soret los Santos Ignacio. Logística Comercial y Empresarial. Wheeler Steven y Hirsh Even. Los canales de Distribución. Ed Norma. Carranza Octavio. Logística las Mejores Practicas en Latinoamérica. Ed. Thomson. Bowersox Donald, Closs Davis, Cooper Bixby. Administración y Logística. Ed. McGraw Hill 2da. Ed. Roux Michel. Manual de Logística para la Gestion de Almacenes. Ecoe Editores.

## 8. Observaciones

--