



Seminario de logística

4º semestre

Clave:

TSU 10142525 / LIC 09142424

Información general de la asignatura



**División de Ciencias
Sociales y Administrativas**





Índice

Presentación	2
Competencias.....	5
Contenido nuclear.....	6
Metodología.....	7
Evaluación	9
Fuentes de consulta	11



Presentación

La asignatura tiene como objetivo, contribuir en la formación académica del estudiante de Mercadotecnia Internacional; en el desarrollo de sus habilidades, destrezas y conocimientos, en la capacidad de diseñar, implementar, evaluar y controlar los sistemas de abastecimiento y distribución de productos, utilizando las herramientas tecnológicas más avanzadas.

La mercadotecnia tiene actividades estratégicas y específicas en la organización, por lo cual es importante conocer la interrelación funcional con otras áreas de la empresa, que son muy importantes para lograr satisfacer los requerimientos de los clientes.

La disponibilidad de productos y servicios en el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes requiere planeación estratégica en el flujo de las mercancías y materiales; por ejemplo, el producto en promoción ya está en el anaquel del supermercado, pero no llegó el material promocional.

Orientar al cliente en su visión logística sobre el posicionamiento de los productos y servicios en tiempo y lugar, hoy es una función vital que se encuentra ligada a la mercadotecnia.

La logística se ha convertido en una de las actividades de mayor valor estratégico, se especializa en asegurar que los productos lleguen al consumidor final de la forma más eficiente. La planeación estratégica, en las acciones logísticas, debe ser diseñada en función a la mercadotecnia y dirigida a la satisfacción del cliente, que genere resultados favorables en la fidelidad, otorgando un valor agregado al producto que el cliente recibe.



Título: La importancia de la IT en logística

Fuente: <https://www.encrypt.com.br/a-importancia-da-ti-em-uma-empresa-logistica/>

La logística contempla desde el movimiento físico de las materias primas y su almacenaje, que sirven para la fabricación de un producto, pasando por los movimientos físicos internos en la planta y llegando hasta el anaquel del lugar donde el cliente final lo usa, incluyendo el manejo ecológico de los residuos generados en la utilización.

El uso de la tecnología es un elemento esencial en este binomio formado por la mercadotecnia y la logística; la inteligencia de mercados nos indica mediante el procesamiento de información, la evolución del comportamiento del consumidor, que debe alimentar por un lado las áreas de diseño y producción de las plantas, y por otro lado a las comercializadoras, para que éstas a su vez activen todas las áreas y empresas involucradas para lograr satisfacer esa necesidad.



Visión general de la asignatura





Competencias

Competencia general

- Optimizar los procesos logísticos en la organización, a través del diseño e implementación de innovaciones tecnológicas y de gestión administrativa, que se conviertan en una ventaja competitiva y fortaleza para la planeación estratégica de la mercadotecnia

Competencias específicas

- Identifica los elementos logísticos de forma estratégica en el plan, que generan valor a la organización y al cliente.
- Planea la sinergia logística para la creación de ventajas competitivas, a través del análisis e implementación de estrategias de servicio al cliente, transporte, inventario y ubicación.
- Determina de forma estratégica los mecanismos para controlar y evaluar la efectividad de las estrategias, mediante el uso eficiente de tecnologías de información en un ambiente de mejora continua.



Contenido nuclear

Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3
- Planeación logística - Evolución histórica de la función logística - Definición de logística y cadena de suministro - La logística y cadena de suministro como ventaja competitiva - Importancia en los negocios - Planeación estratégica de la logística - Plan logístico - La logística internacional - Elementos de la logística internacional - Marco jurídico aduanero mexicano - Programas de promoción a las exportaciones en México	- Funciones y estrategias de la logística - Funciones de la logística - Procesamiento de pedidos flujo - Inventario - Definición y función del inventario - Costos del inventario por existencia - Planeación del inventario - Prácticas de administración del inventario - Transporte - Estructura del transporte - Determinación de precios de transporte - Programación de rutas - Estrategia de almacenamiento y manejo de materiales - Almacenamiento - Diseño del empaque - Manejo de materiales - Estrategia de ubicación de plantas y centros de distribución - Integración de la red - Integración logística - Estrategia de servicio al cliente - Interfaces logísticas - Justo a tiempo (Just in time JIT) - Sistemas satelitales de rastreo - Planeación de los requerimientos del cliente - Los procesos logísticos del comercio internacional - Logística de exportación e importación - Empaque y embalaje para la exportación - El transporte internacional - La documentación en el comercio exterior	- Sistemas basados en la tecnología - Control - Estructura del proceso de control - Medición de los objetivos del sistema logístico - Evaluación operativa - KPI's operativos - Evaluación financiera - KPI's financieros - Sistemas de calidad en logística - Six Sigma - Norma ISO - Manufactura esbelta (Lean Manufacturing) - Seguridad en logística internacional - El seguro internacional de carga - Seguridad en la cadena de suministro



Metodología

Para facilitar el tratamiento de los contenidos de la asignatura, se utilizará el aprendizaje basado en proyectos (ABP) y aprendizaje basado en casos (ABC) ambas metodologías te permitirá utilizar las competencias que has desarrollado, no tan sólo en esta asignatura sino durante tú vida académica y cotidiana, y si fuera el caso, en tú desempeño laboral; en la actualidad las empresas requieren personal que tome decisiones y resuelva situaciones problemáticas, basado en investigaciones del macro y micro-entorno y que utilice conocimientos científicos.

Esquema 1. Metodología





En cada actividad que realices, en la mayoría de los casos, obtendrás un producto que será la evidencia de tus logros y de las áreas de oportunidad has obtenido durante el desarrollo de la asignatura; adicional a ello realizarás una actividad integradora en cada unidad que será la evidencia de aprendizaje.

En el transcurso del estudio de la asignatura encontrarás actividades individuales y colaborativas las cuales tienen el propósito de recopilar las evidencias para demostrar:

- El aprendizaje obtenido.
- El desarrollo de competencias.

Cabe señalar que las actividades colaborativas tienen una función adicional: promover la interacción con tus compañeros bajo la modalidad asíncrona, que permite que reconozcas las aportaciones de los demás, reflexiones sobre ellas y construyas tus aportaciones según tu propio estilo y ritmo de aprendizaje e incluso en algunos casos las podrás evaluar. Respecto a la modalidad síncrona se prevé que se genere un intercambio de ideas en tiempo real con tus compañeros y con el docente en línea.

Dentro de la estrategia didáctica que se estará trabajando, se promueve el trabajo individual y colaborativo, para enriquecer la experiencia y el intercambio, no sólo de información, sino de ideas entre los integrantes del grupo, de tal forma que estos espacios sirvan para enriquecer tu aprendizaje y contribuyas al de tus compañeros(as), sirviendo como material de consulta y espacios de reflexión. Para ello se espera que participes de manera activa, motivado(a) en todo momento por tu docente en línea, quien tendrá como función moderar la participación y realizar la consolidación final del tópico.



Entre las funciones que tendrá tu docente en línea están:

- Aclarar dudas y atender tus comentarios, manteniendo una comunicación constante, con el uso de foros, chat, correo y videoconferencias.
- Orientarte acerca del enfoque de la información que investigues y que creas que te puede ayudar a hacer las actividades y evidencias de aprendizaje.
- Realizar la retroalimentación puntual a las aportaciones que lleves a cabo.
- Proponer actividades similares a las que se encuentran en la materia, cuidando que sean significativas y que contribuyan a enriquecer y consolidar tu aprendizaje.
- Conformar equipos y determinar los roles de participación en las actividades colaborativas.

Evaluación

En el marco del Programa de la UnADM, la evaluación se conceptualiza como un proceso participativo, sistemático y ordenado que inicia desde el momento en que el estudiante ingresa al aula virtual. Por lo que se le considera desde un enfoque integral y continuo. Para aprobar la asignatura se espera tu participación responsable y activa, así como una comunicación estrecha con el docente en línea para que pueda evaluar objetivamente tu desempeño.

En este contexto, la evaluación es parte del proceso de aprendizaje, en el que la retroalimentación permanente es fundamental para promover el aprendizaje significativo y reconocer el esfuerzo. Es requisito indispensable la entrega oportuna de cada una de las tareas, actividades y evidencias, así como la participación en foros y demás actividades programadas en cada una de las unidades y conforme a las indicaciones dadas. La calificación se asignará de acuerdo con la rúbrica establecida para cada actividad, por lo que es importante que las revises antes de realizarlas.



- ☒ **Actividades colaborativas:** Son aquellas que realizarás con tus compañeros(as), mismas que pueden ser proyectos, escritos, participación en foros, etc. Los medios a utilizarse para la entrega de los productos que resulten de las actividades de esta categoría pueden ser diferentes, por lo que es importante que revises las instrucciones detenidamente, a fin de comprender la dinámica de trabajo.
- ☒ **Actividades individuales:** Aquellas que realizarás de manera individual, tendrás la oportunidad de enviar tanto un borrador como la versión final después de los ajustes que tu docente te sugiera en su retroalimentación.
- ☒ **Evidencias de aprendizaje:** Son los productos que dan cuenta del alcance de las competencias que se plantean para cada unidad y que, en su conjunto, reflejan el logro de la competencia general de la asignatura.

Cada una de las unidades de aprendizaje tiene el siguiente valor en el total de la asignatura:

Unidad 1. Logística y la cadena de suministros.	25%
Unidad 2. Estrategias logísticas.	35%
Unidad 3. Control e información logística.	40%
Calificación final	100%



Fuentes de consulta

Unidad 1

- Bowersox Donald J., Closs David J., y Cooper M. Bixby, (2007) Administración y Logística en la cadena de suministros, (2 ed.) México, Mc Graw Hill,
- Chase Richard B., Jacobs F. Robert, Aquilano Nicholas J., (2009). Administración de Operaciones. México, (11 ed.) Mc Graw Hill
- Ballou, R. H. (2004). Logística: Administración de la cadena de suministro. (5 ed.) México: Pearson Prentice Hall

Unidad 2

- Anderson et al (2007) Management in logistic networks and nodes. Concepts, technology and applications. Erich Schmidt Verlag Editor
- Ballou, R. H. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro*. México: Pearson Prentice Hall.
- Bowersox, D. J. y Closs, D. (2007). *Administración y logística de la cadena de suministro*. México: Mc Graw Hill.
- Casanova, August (2011) *Logística Integral. Lean supply chain management*. España. Profit Editor.
- Cateora, P. R. y Graham, J. L. (2006). *Marketing Internacional*. China: Mc. Graw Hill.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R. y Aquilano, N. J. (2009). *Administración de operaciones: Producción y cadena de suministros*. México, D.F.: Mc. Graw Hill.
- Doctker, James E. (2000). *Básic of fulfilment. Proceedings of the coucil of logistic management*. Nueva Orleans
- Johnston, Mark et al (2009). Sales forcé management. Leadership, innovation, techology. Eleventh Editor
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara. I. D. y Cruz, R. I. (2004). *Marketing*. España: Pearson Prentice Hall.



- Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Prentice Hall
- Navarro, U. y Cerezo, C., (septiembre, 2008). DHL Express: Los gastos en logística pueden reducirse en 40% con consultores integrales. *Alto nivel*, 99-

Unidad 3

- Chiavenatto, Idalberto (2004) Introducción a la teoría general de la administración, 7ª. Edición, McGraw Hill, México.
- Daft Richard L., Marcic Dorothy (2006) Introducción a la Administración, 4ª Edición, Editorial Thomson, México, D. F.
- Eyssautier de la Mora, Maurice (2009) Investigación de mercados, enfoques, sistemas, información, procesos y proyectos, 1ª Edición, Editorial Trillas, México.
- Furterer Sandra L. (2015) Lean Six Sigma en el servicio, Aplicaciones y estudios de caso, 1ª Edición, Editorial Trillas, México.
- García, Fuentes Marisol (Julio, 2012) Tu mercado es el mundo. Revista Entrepreneur. Volumen 20 (Número 07) 97
- Santesmases, Mestre Miguel, Valderrey y Villar Francisco y Sánchez Guzmán Adriana (2016: 2013) Fundamentos de Mercadotecnia, Editorial Grupo Editorial Patria, 1ª Edición, México
- Schroeder, G. Roger, Meyer G. Susan, y Rungtusan (2011) Administración de operaciones. Concepto y casos contemporáneos. 5ª Edición, Mc Graw Hill, México, D.F.
- Velázquez Mastretta Gustavo (1996) Administración de los sistemas de producción, 1ª Edición, Editorial Limusa, México