



El docente que imparte esta materia preferentemente debe tener conocimientos teórico prácticos

**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**  
CENTRO UNIVERSITARIO DE  
CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS  
Secretaría Académica

**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA**

1. Nombre de la materia

**LOGÍSTICA**

2. Clave de la materia

D0874

3. Prerrequisitos

Ninguno

4. Seriación

Ninguna

5. Área de formación

Especializante Obligatoria

6. Departamento

Mercadotecnia y Negocios Internacionales

7. Academia

Mercadotecnia

8. Modalidad de asignatura

Presencial

9. Tipo de asignatura

Curso - Taller

10. Carga horaria

**BCA**

**10.AMI**

**11.Global**

48

64

112

11. Créditos

7

12. Nivel de formación

Maestría

### 13.- PRESENTACIÓN

Los canales de distribución y logística es uno de los componentes de la oferta comercial. La materia aborda la estructura de los canales, las estrategias de distribución. Las tendencias actuales de los canales y la logística de tal forma que se reconozca su importancia en llegar al consumidor sin que signifique un esfuerzo grande.

### 14.- PERFIL FORMATIVO DEL ESTUDIANTE

#### **Aptitud.-**

Capacidad y disposición para el buen desempeño de una actividad. Habilidad para ejercer ciertas tareas, logrando las condiciones necesarias para realizar una actividad.

#### **Actitud.-**

Predisposición al estudio, a través de una conducta estable. Los elementos básicos que conforman una actitud son: el componente cognitivo, el afectivo (reacciones subjetivas hacia el objeto de referencia) y el comportamental o reactivo (referido a la actuación).

#### **Valores.-**

Son el conjunto de convicciones profundas y fundamentales, asumidas por todos y cada uno de los miembros de una organización o de una comunidad, que les permiten manifestar su identidad, tanto en su vida interna como en su relación con el exterior, y que guiarán su actividad y generarán en sus miembros un estilo o manera de comportarse y actuar. Son la base o principios generales para deducir las reglas de conducta.

#### **Conocimiento.-**

Proceso a través del cual se recibe y/o adquieren estímulos para conocer el entorno, a través de la razón, codificando, almacenando, recuperando y analizando el conocimiento adquirido.

#### **Capacidades.-**

Aptitudes y habilidades para realizar un acto físico o mental, ya sea innato o adquirido por el aprendizaje. Tener capacidad para una tarea supone poder realizarlo en el momento en que están presente las circunstancias necesarias.

#### **Habilidades.-**

Disposición que muestra el individuo para realizar tareas o resolver problemas en áreas de actividades determinadas, basándose en una adecuada percepción de los estímulos externos y una respuesta activa que redunde en una actuación eficaz. Es el potencial que el ser humano tiene para adquirir y manejar nuevos conocimientos y destrezas.

### 15.- OBJETIVOS DEL PROGRAMA

#### **A. Objetivo General:**

Que el alumno conozca la importancia de las decisiones sobre los canales y logística de mercado, así como sus implicaciones y que sea capaz de preparar

estrategias que permitan lograr la cooperación y evitar los conflictos dentro de los sistemas de canales de distribución.

#### **B. Objetivos Particulares:**

Que el alumno conozca la importancia de las decisiones sobre los canales y logística de mercado y sus implicaciones y sea capaz de preparar estrategias que permitan lograr la cooperación y evitar los conflictos dentro de los sistemas de canales

### **16.- CONTENIDO TEMÁTICO**

#### **UNIDAD 1**

##### **LOS FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN LOGÍSTICA**

- 1.1 El papel de la logística en la economía y la organización
- 1.2 La administración de la cadena de valor
- 1.3 Servicio al cliente

#### **UNIDAD 2**

##### **EL SISTEMA COMERCIAL**

- 2.1 Procesamiento de ordenes de venta
- 2.2 Los sistemas de información
- 2.3 Administración del flujo de materiales
- 2.4 Proveedores

#### **UNIDAD 3**

##### **EL ACARREO DE BIENES Y SERVICIOS**

- 3.1 Manejo de materiales
- 3.2 Empaque y embalaje
- 3.3 Almacenaje
- 3.4 Transportación
- 3.5 Decisión estratégica en la transportación

#### **UNIDAD 4**

##### **EL PLAN Y ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA**

- 4.1 Estrategias de la logística global
- 4.2 Control financiero de la logística
- 4.3 Medición del valor agregado en la logística
- 4.4 Plan estratégico de logística

### **17.- BIBLIOGRAFÍA**

#### **A. Básica**

Stock, J. R. y Lambert, D. M. (2001), STRATEGIC LOGISTICS MANAGEMENT. Ed. Mc Graw Hill.

Anaya Tejero, J. J. (2011). LOGÍSTICA INTEGRAL, La gestión operativa de la empresa. Ed. Alfaomega.

#### **B. Complementaria**

Casanovas, August, Lluís Cuatrecasas (2001). LOGÍSTICA EMPRESARIAL. Ed. Barcelona Gestión.

Lewison, D. M. (1999). VENTAS AL DETALLE. Editorial Prentice Hall, México.

Hasty R. y Reardon, J. (1998). GERENCIA DE VENTAS AL DETALLE. Editorial Mc Graw Hill.

Díaz de Castro, E, y Fernández, J. C. (1993), DISTRIBUCIÓN COMERCIAL. Ed. Mc Graw Hill.

#### **18.- APLICACIÓN PROFESIONAL**

Es estudiante desarrollará un plan de logística para diferentes regiones del mundo. Deberá justificar el plan de manera financiera y en términos de la huella de carbono.

#### **19.- PROFESORES QUE IMPARTEN LA MATERIA**

Mtro. Gabriel Salvador Fregoso.  
Mtro. Héctor Ramón Casillas

#### **20.- PERFIL DEL PROFESOR**

El docente que imparte esta materia, preferentemente debe tener conocimientos teórico-prácticos o experiencia en áreas de manufactura, producción, servicios de logística o áreas de logística en general.

#### **21.- PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

- Métodos de enseñanza aprendizaje: Deductivo, Inductivo, Analítico, Sintético, Descriptivo, Explicativo, Tutorial, Reflexivo, Explorativo, Cooperativo.
- Técnicas de aprendizaje: Individuales, Grupales, Talleres, Internet, Estudio de casos.
- Actividades de Aprendizaje. Lectura previa, Resolución de ejercicios, Trabajos de Investigación, Exposición del maestro, Exposición de alumnos.
- Recursos didácticos utilizados. Pintarrón, Computación General, Programas de Computación, Ejercicios Prácticos, Diapositivas, Audiovisuales, Libros de Texto, Manuales de consulta, Lectura de Publicaciones especializadas.

#### **22.- ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES**

Aquí se consignan las actividades extracurriculares del programa de asignatura.

- Asistencia a conferencias.
- Participación en congresos.
- Asistencia a seminarios.
- Asistencia a simposium.

### **23.- FORMULACIÓN, APROBACIÓN Y VALIDACIÓN**

La formulación del programa se realizó tomando en cuenta la opinión de los empresarios, egresados de las carreras en Mercadotecnia y Negocios Internacionales así como de otras carreras del área económico administrativa, además de empleadores agremiados en organismos patronales, colegiados y de funcionarios con responsabilidad en la planeación económica de los diferentes sectores gubernamentales, para posteriormente ser aprobado y validado por los profesores de la Academia y del Colegio Departamental; y finalmente por el alumno como receptor del proceso de enseñanza y aprendizaje quién con sus comentarios, opiniones y sugerencias evalúa los contenidos y la metodología utilizada. Aprobado por la Junta académica en el Acta de Acuerdos 001/2012, del 23 de Febrero del 2012.

### **24.- EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

Participación en casos --	10%
Examen parcial -----	30%
Ensayo -----	25%
Tarea en equipo -----	20%
Trabajo Final -----	15%
TOTAL --	100%

### **25.- EVALUACIÓN CURRICULAR**

- Instancias que participan en la evaluación.
  - Evaluación por profesores.
  - Evaluación por academias.
  - Evaluación por colegios departamentales.
- Periodo de revisión y de actualización tanto del plan de estudios como de los programas de asignatura.
  - Periódica y/o continua.

### **26.- MAPA CURRICULAR**

No Aplica

### **27.- PARTICIPANTES Y FECHA EN LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA**

Profesor diseñador: Mtro. Gabriel Salvador Fregoso Jasso, 17 de Febrero de 2012, aprobado por la Junta Académica como propuesta en el Acta de Acuerdos 001/2012, del 23 de Febrero del 2012. Y validado por la Academia