



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
SECRETARÍA ACADÉMICA/COORDINACIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura		2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura
Logística		Maestría	D0874
4. Prerrequisitos		5. Área de Formación	6. Departamento
Ninguno		Especializante Obligatoria	Mercadotecnia y Negocios Internacionales
7. Modalidad		8. Tipo de Asignatura	
Presencial		Curso-Taller	
9. Carga Horaria			
Teoría	Práctica	Total	Créditos
48	64	112	7
10. Trayectoria de la asignatura			

Contenido del Programa

11. Presentación

El desarrollo dinámico, nacional e internacionalmente, requiere el desarrollo de habilidades empresariales donde se aprovechan las oportunidades en el desarrollo de estrategias en el campo de la logística internacional.

Por lo anterior y tomando como uno de los ejes estratégicos que la Universidad de Guadalajara debe vincular con la industria, quien presenta una necesidad de actualización en diversos campos del conocimiento.

La distribución y canales de logística son uno de los componentes de la oferta comercial. El tema aborda la estructura de canales, estrategias de distribución. Los canales actuales y las tendencias logísticas de tal manera que su importancia en llegar al cliente se reconoce sin que ello signifique un gran esfuerzo.

12.- Objetivos del programa

Objetivo General

- Aprender a analizar y desarrollar el proceso de la cadena de suministro en pequeñas y medianas empresas.
- Aprender a manejar eficientemente las cadenas de suministro en pequeñas y medianas empresas.

Objetivos específicos

Resultados del contenido.

El estudiante podrá:

1. Ser capaz de emplear metodologías utilizadas en la logística para analizar la percepción de calidad del cliente en la cadena de suministro.
2. Ser capaz de analizar la cadena de suministro y la integración de marketing en pequeñas y medianas empresas para mejorar los tiempos de entrega y el flujo de procesos.
3. Ser capaz de sugerir diferentes estrategias de administración de material a través de la segmentación de mercado, el diseño de producto, el embalaje y el costo.
4. Ser capaz de procesar los documentos clave utilizados para la logística en el comercio internacional y explicar los peligros potenciales de no seguir los procedimientos adecuados en su llenado.
5. Ser capaz de proponer estrategias logísticas y desarrollo de logística.

Proporcionar herramientas tecnológicas para la administración de cadena de suministro.

Resultados del lenguaje.

1. Los estudiantes serán capaces de utilizar terminología clave y fraseología al hablar de Cadenas de Suministro.

Actividades.

- El grupo será dividido en equipos de trabajo y cada equipo recibirá cada clase una lista de terminología y acrónimos. Cada equipo deberá encontrar el significado y uso de éstas frases y discutir como equipo, y deberán compartirlo a los otros miembros de la clase.
- Los estudiantes harán un análisis de Gaps y Servqual en una pequeña o mediana empresa.

13.-Contenido

Contenido temático

- Unidad I. Fundamentos de logística y cadena de suministro.
- Unidad II. Cadena de suministro como generador de valor.
- Unidad III. Administración estratégica del flujo de materiales.
- Unidad IV. Estrategias de logística.

Unidad 1. Fundamentos de logística y cadena de suministro.

Desarrollo

- 1.1. Generalidades de la cadena de suministro
- 1.2. Conceptos de logística y cadena de suministro.
- 1.3. Cadena de suministro como interface con el Marketing y el Servicio al Cliente.
- 1.4. Logística actual y su futuro.

Unidad II. Cadena de suministro como generador de valor.

Desarrollo

- 2.1. Escasez, retardos e indicadores de desempeño logístico.
- 2.2. Suministro y abastecimiento.
- 2.3. Sistemas para la administración de materiales (MRP y ERP).

Unidad III. Administración estratégica del flujo de materiales.

Desarrollo

- 3.1. Administración de inventarios.
- 3.2. Empaque (Diseño y selección).
- 3.3. Almacenaje.
- 3.4. Transportación.
 - 3.4.1. Tipos de transporte.
 - 3.4.2. Indicadores clave para el transporte (KPI's).
 - 3.4.3. Ruta crítica.
- 3.5. Términos de negociación internacional.
 - 3.5.1. INCOTERMS 2010
 - 3.5.2. Estrategias de nuevos mercados.

Unidad IV. Estrategias de logística.

Desarrollo

- 4.1. Diseño global de la cadena de suministro.
- 4.2. Logística financiera.
- 4.3. Medición del valor agregado en la logística.
- 4.4. Outsourcing de servicios logísticos (3pl y 4pl).
- 4.5. Plan estratégico de logística.

14. Actividades Prácticas

El estudiante desarrollará un plan de logística para las diferentes regiones del mundo. Esto deberá justificar en un plan financiero y en términos de la huella de carbono.

15.- Metodología

- 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.

16.- Evaluación

1) Participación en casos	10%
2) Examen parcial	20%
3) Ensayo	25%
4) Trabajo en equipo	15%
5) Proyecto final	20%
Total	100%

17.- Bibliografía

a. Básica:

Coyle, J. J.; Langley, J.; Novack, R. A. y Gibson, B. J. (2012). ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO, una perspectiva logística. Ed. Cengage, Novena Edición.

Bowersox, D. J.; Closs, D.J.; Cooper, M. B. (2010) SUPPLY CHAIN LOGISTICS MANAGEMENT. Ed. McGraw Hill, Third Edition.

Ballou, R. H. (2004). LOGÍSTICA, administración de la cadena de suministro. Ed. Pearson Education, Quinta Edición.

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:

Chopra, S. y Meindl, P. (2008). ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO. ESTRATEGIA, PLANEACIÓN Y OPERACIÓN. Editorial Prentice Hall, Tercera Edición. México.

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

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 McGraw Hill.

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

Otros materiales

Actividades extracurriculares del programa de asignatura:

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

18.- Perfil del profesor

El docente encargado de impartir la materia preferentemente debe tener conocimientos teórico-prácticos o tener experiencia en manufactura, producción, servicios logísticos o cualquier área de logística en general.

19.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Dr. Gabriel Salvador Fregoso Jasso

Mtro. Héctor Ramón Casillas Álvarez

20.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jal., octubre 30 de 2017

21- Instancias que aprobaron el programa: (Con base a la aprobación de la Junta Académica ó del Coordinador del Programa)

Junta Académica del Programa Maestría en Dirección de Mercadotecnia
Colegio Departamental del Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales