
PLAN 2016**ASIGNATURA: LOGISTICA DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE**
CARRERA: LICENCIATURA EN LOGÍSTICA Y GESTIÓN DEL TRANSPORTE**I. IDENTIFICACION**

1. Código	: 33LT
2. Horas Semanales de Clase	: 5
2.1. Teóricas	: 3
2.2. Prácticas	: 2
3. Crédito	: 4
4. Pre-Requisito	: Logística de Producción/ Marketing/ Seguridad e Higiene en el Transporte.

II. JUSTIFICACION

Los profesionales del sector de Logística y Gestión de Transporte deben estar preparados para la toma de decisiones en cuanto a las estrategias para la distribución de productos y la logística en la cadena de abastecimiento al mercado, de tal manera a optimizar recursos organizacionales y brindar un correcto y oportuno servicio al cliente.

Esta asignatura pretende que los estudiantes de la carrera adquieran conocimientos respecto a las estrategias de distribución, además dotar al estudiante de herramientas para la toma de decisiones sobre la selección de canales de distribución y la logística para optimizar la adecuada distribución de los productos que comercializa una empresa.

III. OBJETIVOS**OBJETIVO GENERAL**

Analizar diferentes alternativas de distribución para bienes de consumo y servicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconocer los elementos que componen una red de distribución: rol y costos asociados.
- Aplicar herramientas de selección y evaluación para poder identificar la red de distribución más adecuada al tipo de actividad comercial desarrollada.
- Evaluar modelos de distribución existentes y generar planes para mejorarlos.

IV. CONTENIDO**A. UNIDADES PROGRAMATICAS**

1. Diseño y Desarrollo de los Canales de Mercadotecnia.
2. Decisiones sobre los Canales de Mercado.
3. Sistema Comercial.
4. Distribución Física y Logística de la Cadena de Abastecimiento.
5. Transporte.

PLAN 2016

B. DESARROLLO DE LAS UNIDADES PROGRAMATICAS

1. Diseño y Desarrollo de los Canales de Mercadotecnia.

- 1.1. Naturaleza de la distribución.
- 1.2. Objetivos.
- 1.3. Beneficios.
- 1.4. Rentabilidad.
- 1.5. Tipos de Canal.
- 1.6. Beneficios e inconveniencias de la utilización de canales.
- 1.7. Relaciones internas en los canales de distribución.

2. Decisiones sobre los Canales de Mercado.

- 2.1. Elección del canal de distribución.
- 2.2. Métodos de elección.
- 2.3. Estrategias de distribución.
- 2.4. Estructuras verticales y horizontales.

3. Sistema Comercial.

- 3.1. Sistema comercial y criterios de clasificación.
- 3.2. Comercio asociado.
- 3.3. El comercio asociado y la franquicia.
- 3.4. Otras formas de distribución.
- 3.5. Estrategias de detallistas.
- 3.6. Estrategias de distribución de fabricantes y detallistas.
 - 3.6.1. Localización.
 - 3.6.2. Surtido.
 - 3.6.3. Marca del fabricante y distribuidor.
 - 3.6.4. Precio
 - 3.6.5. Merchandising.
 - 3.6.6. Promoción de ventas.
 - 3.6.7. Calidad del servicio.

4.4. Distribución Física y Logística de la Cadena de Abastecimiento.

- 4.1. El aprovisionamiento.
- 4.2. Las compras como una de las partes más importantes del aprovisionamiento.
- 4.3. El almacén, funciones, objetivos, clasificación y estructura.
- 4.4. El manejo de las existencias la gestión de stocks.
- 4.5. Realización y análisis de lecturas recomendadas.

5. Transporte.

- 5.1. Análisis de los diferentes tipos de transporte.
- 5.2. Envase empaque y embalaje, como protección en el transporte.
- 5.3. Elementos o medios a utilizar en el transporte.
- 5.4. Rotulación y señalización de los embalajes.

PLAN 2016**V. METODOLOGIA**

- Exposición oral.
- Análisis de experiencias o casos.
- Trabajos individuales y / o grupales.
- Revisión o consulta bibliográfica.
- Planteamiento y solución de situaciones problemáticas.
- Evaluación.

VI. MEDIOS AUXILIARES.

- Textos, materiales de consulta.
- Medios audiovisuales.
- Pizarra.

VII. EVALUACIÓN

- La evaluación se regirá conforme al reglamento Académico vigente de la FACEN.

VIII. BIBLIOGRAFIA**BÁSICA**

Kotler, Philip Y Keller, Kevin (2012). Dirección de Marketing. PEARSON EDUCACIÓN, México. 808 paginas.

Richard B. Chase, F. Robert Jacobs Y Nicholas J. Alquilano (2009). Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros. McGraw Hill Educación, México. 800 paginas.

COMPLEMENTARIA

VelázquezE. (2012). Canales de Distribución y Logística. México:RED TERCER MILENIO S.C. 88 paginas.

Mendoza C., Alfaro Díaz J., Paternina ArboledaC. (2016). Manual Práctico para GestiónLogística. Bogotá: Universidad del Norte Editorial. 106 paginas.

Taha H. A. (2012). Investigación de Operaciones. México: PEARSON EDUCACIÓN, 827 paginas.

Soret los Santos I. (1999). Logística y Marketing para la Distribución Comercial. Madrid: ESIC EDITORIAL. 285 paginas.

Paz H. (2000). Canales de Distribución (Estrategia y Logística Comercial). Buenos Aires: UGERMAN EDITOR. 346 paginas.

NaghiNamakforoosh M. (1996). Investigación de Operaciones (Interpretación de modelos y casos). México: Editorial LIMUSA S.A. 320 paginas.

Artículos y casos disponibles en internet.