# FICHA IDENTIFICATIVA

## Datos de la Asignatura

| | |
|---|---|
| **Código** | 40108 |
| **Nombre** | Logística y distribución física |
| **Ciclo** | Máster |
| **Créditos ECTS** | 5.0 |
| **Curso académico** | 2024 - 2025 |

## Titulación(es)

| Titulación | Centro | Curso | Periodo |
|---|---|---|---|
| 2114 - M.U. en Márketing e Investigación de Mercados | Facultad de Economía | 1 | Segundo cuatrimestre |

## Materias

| Titulación | Materia | Carácter |
|---|---|---|
| 2114 - M.U. en Márketing e Investigación de Mercados | 2 - Especialidad en distribución | Optativa |

## Coordinación

| Nombre | Departamento |
|---|---|
| FAYOS GARDO, TERESA | 43 - Comercialización e Investigación de Mercados |

# RESUMEN

En la asignatura Logística y Distribución Física se analizarán variables como el desarrollo de sistemas que permitan la integración de la empresa en verdaderas cadenas de valor, yendo más allá de la simple agregación de las funciones de almacenamiento, transporte y manipulación de las mercancías, incorporando el servicio al cliente como factor de éxito clave en todas estas actividades. Así, La primera parte "Logística y distribución física", tiene como objetivo delimitar el contenido actual de la función logística en empresas que actúan en el sector de la distribución comercial, estableciendo la logística como un concepto de naturaleza dinámica. Se analiza la evolución en el contenido de la función logística y se subraya su importancia actual en un entorno altamente competitivo y se delimitan las formas de organizar la función logística en la empresa. El segundo bloque temático, “elementos de la función logística” tiene como objetivo identificar, conceptuar y desarrollar las variables en las que se apoya una función logística eficiente. Se presentan los canales de comercialización, los operadores logísticos, los sistemas de gestión de la información, el servicio al cliente y las plataformas logísticas como tendencias actuales. Por último, la tercera fase de la programación implica centrarnos en “las nuevas estrategias logísticas” dando a conocer las nuevas tendencias que a partir de la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación se generan en el diseño de la función logística.
Consistirá en el estudio teórico-práctico de los nuevos enfoques en torno a la función logística y la

gestión de la cadena de suministros delimitando su naturaleza y componentes. Se contemplarán los fundamentos de la logística, sus objetivos y su relevancia en el ámbito del comercio internacional.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

### Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

### Otros tipos de requisitos

En relación con otras asignaturas de la misma titulación, no se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios. Los conocimientos previos son los propios de acceso al Máster.

## COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

### 2114 - M.U. en Márketing e Investigación de Mercados

- Saber aplicar los conocimientos adquiridos y ser capaces de resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Ser capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Saber comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Ser capaces de buscar, ordenar, analizar y sintetizar la información, seleccionando aquella que resulta pertinente para la toma de decisiones.
- Saber trabajar en equipo con eficacia y eficiencia.
- Ser capaces de tomar decisiones tanto individuales como colectivas en su labor profesional y/o investigadora.
- Tener una actitud proactiva ante los posibles cambios que se produzcan en su labor profesional y/o investigadora.

- Ser capaces de integrar las nuevas tecnologías en su labor profesional y/o investigadora.
- Saber redactar y preparar presentaciones para posteriormente exponerlas y defenderlas.
- Ser capaces de analizar de forma crítica tanto su trabajo como el de su compañeros.
- Ser capaces de establecer los procesos de recogida de información y el tipo de datos necesarios para llevar a cabo la planificación en marketing.
- Ser capaces de organizar y planificar las actividades de un departamento de marketing en el ámbito empresarial.
- Saber presentar en público los objetivos del plan de marketing y responder a las críticas de otros, mediante juicios argumentados y defenderse con rigor y tolerancia.
- Diseñar estrategias de marketing.
- Ser capaces de tomar decisiones, desarrollar acciones y resolver problemas en marketing.
- Diseñar mecanismos de control sobre las decisiones de marketing e investigación comercial e implementar posibles medidas correctoras.
- Redactar documentos e informes en marketing e investigación comercial.
- Presentar documentos e informes en marketing e investigación comercial.
- Saber realizar las labores propias de su profesión, tanto en empresas privadas como en organismos públicos.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

1.-Seleccionar y utilizar correctamente distintas fuentes de información tanto en formato tradicional como electrónico.

2.-Preparar documentos e informes presentados en un texto escrito de forma comprensible organizada, documentada e ilustrada.

3.-Argumentar y contraargumentar.

4.-Identificar las componentes de la función logística de una empresa en el canal de comercialización.

5.- Utilizar el vocabulario técnico propio de la materia.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Primera Parte.- Fundamentos de la Logística y la Distribución Física

Tema 1. La logística y sus actividades: importancia y enfoque
Tema 2. Nuevos desarrollos logísticos
Tema 3. El servicio al cliente en la logística
Tema 4. La logística en el comercio internacional

**2. Segunda Parte.- Elementos de la Función Logística**

Tema 5. La gestión de inventarios
Tema 6. Las decisiones de transporte
Tema 7. Las decisiones de almacenamiento

## VOLUMEN DE TRABAJO

| ACTIVIDAD | Horas | % Presencial |
|---|---|---|
| Clases teórico-prácticas | 36,50 | 100 |
| Clases de teoría | 0,00 | 100 |
| Asistencia a eventos y actividades externas | 7,50 | 0 |
| Elaboración de trabajos en grupo | 12,50 | 0 |
| Lecturas de material complementario | 6,00 | 0 |
| Preparación de actividades de evaluación | 17,50 | 0 |
| Preparación de clases de teoría | 22,50 | 0 |
| Preparación de clases prácticas y de problemas | 22,50 | 0 |
| **TOTAL** | **125,00** | |

## METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología docente a emplear en las clases teóricas será básicamente la lección magistral participativa. En este sentido, el profesor explicará los diferentes temas y puntos que conforman el programa, pero a la vez motivará la participación activa en clase, tratando de intercalar el uso de su palabra con intervalos de diálogo profesor-alumno.

- En cada uno de los temas, los recursos docentes se conciben estructurados de la siguiente forma: *Bibliografía básica*, en la que se indican una serie de manuales que permiten cubrir adecuadamente los temas contenidos en la programación de la asignatura.
- *Bibliografía complementaria o Lecturas*. Se recogen aquí tanto monografías que se centran en alguna cuestión específica relacionada con el tema como artículos que tratan algún aspecto puntual del tema.
- Adicionalmente, el alumno tendrá disponible a través del aula virtual enlaces a documentos y páginas web con información complementaria

En cuanto a la parte práctica, el trabajo previo y la participación activa del estudiante será la clave fundamental en su desarrollo y evaluación. Las actividades a desarrollar, tanto de forma individual como en equipo, serán básicamente de tres tipos:

- *Debate de lecturas*
- *Discusión de casos prácticos*
- *Elaboración de informes*

Asimismo, durante el curso intervendrán profesionales implicados en la gestión logística con el fin de ilustrar de una manera aplicada los temas teóricos de la asignatura. También se realizarán visitas a empresas o instituciones para conocer a través de la experiencia determinadas funciones logísticas.

La metodología propuesta puede ser desarrollada tanto de forma presencial como a distancia si las circunstancias lo exigen.

## EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se realizará teniendo en cuenta la consecución de distintos tipos de competencias, del siguiente modo:

a) Participación en clase 10%
b) Trabajo individual 20%
c) Trabajo en equipo 20%
d) Examen final 50%

***a) Participación en clase***

La participación se evaluará de manera positiva en la medida en que:

- El alumno asista a las sesiones con regularidad y puntualidad.
- El alumno muestre motivación para participar en los debates o actividades.
- La participación demuestre que se han leído los materiales relevantes.
- La participación tenga en cuenta las intervenciones de los compañeros.
- El alumno respete a los compañeros en todos los aspectos.

***b) Trabajo individual***

A través de los trabajos individuales el profesor podrá evaluar las habilidades del estudiante relativas al análisis de problemas, la argumentación lógica, así como la estructuración y documentación de trabajos escritos. El trabajo individual se basa en dos metodologías:

- *Debate de lecturas:* El alumno deberá leer previamente a la sesión en que esté programado el debate, las lecturas indicadas por el profesor, con el fin de poder participar de forma activa y documentada en la discusión.
- *Resolución y discusión de Actividades prácticas:* El alumno deberá analizar una situación o problemática concreta relacionada con la logística empresarial, plantear opciones o soluciones, y argumentar sus propuestas. Se realizarán dos casos prácticos durante el curso, que se presentarán por escrito en la fecha indicada.

***c) Trabajo en equipo***

El objetivo final del trabajo es evaluar la estrategia de marketing de una determinada empresa, en particular en relación a su logística, y proponer acciones al respecto.

***d) Examen final***

Se realizará un examen final que evaluará las competencias relativas a la identificación y comprensión de los contenidos del temario, así como a la ilustración de los mismos a través de ejemplos o casos prácticos. El examen contendrá tanto preguntas cortas como preguntas de desarrollo y teórico-prácticas. Es necesario aprobar el examen final para poder pasar la asignatura.

En caso necesario, se podrá incrementar el peso de los trabajos académicos, para ajustarse a las posibles situaciones de docencia hasta alcanzar el 100% de la calificación.

## REFERENCIAS

### Básicas

- Anaya, J.J. (2015). Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa. ESIC Editorial. Madrid.
- Ballou, R.H. (2004). Logística. Administración de la Cadena de Suministro. Ed. Pearson Prentice Hall.
- De Caleruela, F. (2015). El libro rojo de la logística. AECOC.
- Ruiz, J.A., Gaitán, J.A. y Morato, J.L. (2005). Logística Comercial. Ed. McGraw Hill, Madrid.
- Cabrera Cánovas, A. (2014). Logística internacional: una herramienta para la competitividad. ICEX. Madrid
- DHL (2018). Logistics Trend Radar. Disponible en: https://www.logistics.dhl/global-en/home/insights-and-innovation/thought-leadership/trend-reports/logistics-trend-radar.html
- Marco, J. A. (2021). Logística 5.0. Editorial Almuzara, 2021.
- Marco, J. A. (2021). Logística 5. 0: Transporta Tu Logística Al Mundo Digital. Madrid: Lid Editorial Empresarial S.L.

### Complementarias

- - Jacobs, F.R. y Chase, R.B. (2018). Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros. Ed. McGraw Hill Education
  - ICC (2020). Incoterms 2020. Reglas de ICC para el uso de términos comerciales nacionales e internacionales. Ed. Comité Español Cámara de Comercio Internacional. Barcelona
- Direcciones web de referencia:
  AECOC- Asociación Española de Codificación Comercial: www.aecoc.es
  Asociación para el Desarrollo de la Logística (ADL): www.adl-logistica.org
  Autoridad Portuaria de Valencia: www.valenciaport.com
  Cadena de suministro : www.cadenadesuministro.es

Centro Español de Logística (CEL): www.cel-logistica.org
Council of Supply Chain Management Professionals: http://cscmp.org
European Logistics Associations : www.elalog.org
International Warehouse Logistics Association: www.iwla.com
Logística profesional en Internet: www.logisnet.com
Ministerio de Fomento: www.fomento.es
Organización Empresarial de Logística y Transporte UNO: www.unologistica.org
Puertos del Estado: www.puertos.es
Revista Logística y Transporte : www.logisticaytransporte.com
Revista Manutención y Almacenaje : www.manutencionyalmacenaje.com
Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información: http://red.es/index.action