

COML023PO GESTIÓN LOGÍSTICA

Categoría

Comercio y
marketing



www.clictic.es

Objetivos

Adquirir los conocimientos relativos al concepto, objetivos y funciones de la logística y ser capaz de desempeñar las funciones de técnico en logística con la eficacia requerida, así como manejar los sistemas de información y distribución conforme a la necesidad de la empresa. Controlar los canales de distribución español y europeos y poder planificar la estrategia logística y gestionarla adecuadamente.

Características



Modalidad
E-learning



Duración
150H

MÁS CURSOS EN >

<https://catalogo.repositorioclictic.com/>



Índice de contenidos

1. FUNDAMENTOS DE LA LOGÍSTICA, OBJETIVOS Y FUNCIONES

- 1.1. Concepto de logística empresarial.
 - 1.1.1. Ámbito de influencia.
 - 1.1.2. Actividades en logística empresarial.
- 1.2. Los objetivos en la logística:
 - 1.2.1. El coste de la distribución.
 - 1.2.2. Costos variables.
 - 1.2.3 Costos fijos.
- 1.3. Definición de proceso logístico.
- 1.4. Escalonamiento.
 - 1.4.1. Almacenes centrales.
 - 1.4.2. Almacenes reguladores o secundarios.
 - 1.4.3. Depósitos.
 - 1.4.4. Parques o espacios de espera.
 - 1.4.5. Buffers o pulmones.
- 1.5. Diseño del proceso logístico.
- 1.6. Posición de la logística en la empresa:
 - 1.6.1. Logística funcional.
 - 1.6.2. Distribución física.

2. SISTEMA DE INFORMACIÓN LOGÍSTICO Y TÉCNICAS DE INTEGRACIÓN

- 2.1. El sistema de información logístico.
 - 2.1.1. Definición.
 - 2.1.2. Funciones básicas del sistema de información.
- 2.2. Integración del sistema logístico.
- 2.3. Concepto de distribución como un sistema integrado.
 - 2.3.1. Concepto de sistema.
 - 2.3.2. Centros de actividad del sistema de distribución.

3. SISTEMA DISTRIBUTIVO ESPAÑOL.

- 3.1. Características del sistema distributivo español.
- 3.2. El hipermercado.
 - 3.2.1 Definición.
 - 3.2.2. Elementos endógenos que explican el fenómeno hipermercado en España.
 - 3.2.3. El cliente del hipermercado.
- 3.3. El supermercado.
 - 3.3.1. Características.
 - 3.3.2. Tipología.
 - 3.3.3. Evolución y futuro.

Índice de contenidos

3.4. Agrupaciones de detallistas.

3.4.1. Los grupos de compras.

3.4.2. Las centrales de compra.

3.4.3 Las centrales de servicios.

4. DISTRIBUCIÓN EUROPEA

4.1. Claves para la expansión.

4.1.1. Los costes.

4.1.2. El entorno.

4.1.3. El control.

4.1.4. La moneda.

4.1.5. Las comunicaciones.

4.2. Las estrategias Europeas de los distribuidores físicos.

4.3. Servicios de logística.

4.3.1. Política en materia de distribución física.

5. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

5.1. La función comercial en la empresa.

5.1.1. La Dirección Comercial.

5.1.2. La organización comercial.

5.2. Distribución total y canales de distribución.

5.3. Distribución indirecta.

5.3.1. Ventajas de utilizar intermediarios.

5.3.2. Desventajas en el uso de intermediarios.

5.4. ¿Distribución directa o indirecta?: Toma de decisiones.

5.4.1. Tipos de intermediarios.

5.5. La franquicia comercial.

5.5.1. Introducción.

5.5.2. Desarrollo del Franchising en España.

5.5.3. Los tipos de franquicia.

5.5.4. Características de la franquicia de servicios.

5.6. Implementación de la distribución.