

DIRECCIÓN EN OPERACIONES LOGISTICAS

DIRECCIÓN EN OPERACIONES LOGISTICAS

Duración: 56 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Descripción: Abordar la distribucion comercial. Conocer los distintos tipos de intermediarios comerciales. Introduccion en la organizacion de la producción: el sistema de produccion en la empresa, la relación del sistema productivo con otras áreas de la empresa, etc. Introduccion en los operadores logísticos. Conocimiento del sector de los operadores logísticos. Fundamentación: Con esta formación en dirección en las operaciones logísticas se pretende que el alumno adquiera conocimientos sobre la distribución comercial y que conozca los distintos tipos de intermediarios comerciales, como son los mayoristas y los minoristas. Un profesional de esta área tiene que aplicar las herramientas adecuadas para una óptima gestión de proyectos y control de los departamentos de producción, logística y compras. Se ofrecen conocimientos de la organización de la producción, como objetivos y decisiones en el sistema de producción, la productividad y costes de producción y control. También adquirirá conocimientos en el sector de los operadores logísticos, en fundamentos y procesos de la subcontratación. Es fundamental conocer detalladamente el funcionamiento de las operación logísticas. En definitiva, los alumnos podrán realizar funciones en cualquier área de la Supply Chain y desarrollar las competencias personales y las habilidades de management necesarias para incorporarse a un puesto directivo. Actualmente las empresas demandan responsables encargados de la planificación de la producción y del aprovisionamiento, orientados a la reducción de costes, que cuenten con formación y conocimiento de las operaciones internas organizacionales. La logística y las operaciones logísticas La logística es la función de la empresa encargada de satisfacer las necesidades del cliente. Proporciona el producto en el momento, lugar y cantidad en que lo demande el cliente, todo ello al mínimo coste. La definición formal de logística es el conjunto de actividades que pretenden optimizar en calidad de servicio y coste, todos los procesos relacionados con la producción, gestión y distribución de mercancías. Los objetivos son la reducción de costes de almacenaje y distribución de la mercancía y satisfacer al máximo la demanda. Se consigue ofreciendo el producto adecuado, en la cantidad, lugar y momento adecuados. También se define como la técnica encaminada a analizar y optimizar los flujos de materiales, con el adecuado soporte de información para mantener la trazabilidad de los productos/servicios. Además elimina aquellas actividades que no añaden valor a los productos/servicios. A través de la gestión efectiva de la logística se logrará la diferenciación de las empresas frente a la competencia. Las operaciones logísticas: distribución comercial Las políticas de distribución nacen con la idea de satisfacer un objetivo muy concreto. Este es hacer llegar los productos del fabricante al consumidor a través de los diferentes intermediarios. Se elige el canal más adecuado y los medios o vías capaces de proporcionar el mejor servicio al menor coste posible. Gracias a la distribución comercial los productos y servicios llegan a los consumidores y usuarios en las condiciones deseadas cuando los necesitan. Y además llegan en las condiciones esperadas por ellos. El consumidor moderno disfruta de una serie de ventajas provenientes de un entorno político, económico y tecnológico que le permite tener el mundo en sus manos. Esos cambios han sido acelerados conforme a la implantación y desarrollo de internet. Este permite una globalización de las transacciones comerciales mediante el comercio electrónico. Las tendencias principales de la distribución comercial son: Internacionalización y globalización creciente de la distribución comercial. Se debe a los avances de la tecnología y de los transportes. También hay un continuo avance de los grandes grupos de la distribución. Aumento de los procesos de integración y concentración. Sobre todo en la integración vertical en la cadena de suministro. Incremento de la especialización del comercio con la irrupción de nuevos formatos comerciales especializados. El canal de distribución en las operaciones logísticas El canal de distribución está constituido por la trayectoria que deben de

seguir los bienes o servicios. Esta trayectoria va desde su punto de origen o producción hasta su consumo. Es decir, el conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que el producto o servicio esté disponible para su uso o consumo por parte del consumidor o por otras empresas. Las empresas ceden parte de la actividad de venta a otros miembros del canal. Pierden parte del control sobre sus productos para buscar una mayor eficiencia. Las empresas distribuidores, debido a su mayor especialización, suelen ofrecer un mejor servicio. El papel de los intermediarios consiste en transformar el surtido de productos suministrados por un fabricante para adaptarlo al surtido deseado y demandado por los consumidores. Veremos que mediante este proceso los miembros del canal añaden valor a los productos y servicios. La logística como fuente de ventaja competitiva En un entorno económico como el actual, las empresas deben seguir estrategias que las diferencien de las demás y las hagan aumentar su cuota de mercado. En ocasiones, tener una ventaja competitiva sobre el resto de empresas es la única oportunidad de estar presente en un mercado. Hoy en día, una buena planificación de operaciones logísticas es clave. Esta tiene un efecto indudable sobre lo que se consideran las prioridades competitivas en las que las empresas basan sus estrategias. Las prioridades competitivas tradicionales son la calidad, el coste, el tiempo y la flexibilidad y la preocupación por el medio ambiente. Calidad. Uno de los pasos fundamentales para la obtención de un producto de calidad, es la denominada calidad de entrega. Consiste en proporcionar el producto terminado en las condiciones especificadas por el cliente. Además, sin que en el transporte y almacenaje sufra deterioros o desperfectos. Es aquí donde la función logística supone una pieza fundamental. Coste. El coste de un producto o servicio es el valor de los recursos sacrificados para la obtención del mismo. Tener costes de producción menores que la competencia implica poder vender a precios más bajos y ganar cuota de mercado. Tiempo. Gracias a una buena planificación de esta función las empresas pueden entregar el producto al cliente antes que la competencia. Es importante cumplir los plazos de entrega a los que se han comprometido. Flexibilidad. Es la posibilidad de hacer frente a los cambios que se producen en las necesidades de los clientes. Una organización logística flexible ayuda a que las empresas puedan atender a los cambios que se producen en la demanda. Sobre todo cubrir los picos de demanda y poder reducir la producción o capacidad de distribución cuando sucede lo contrario. Si esto no es posible, cuando el producto no se vende aumentarán los stocks. Por tanto, los recursos quedarán ociosos y los costes aumentarán. Preocupación por el medio ambiente. Cada vez más, las empresas, los gobiernos y los ciudadanos están sensibilizándose con el cuidado del medio ambiente.

© icaformación2026

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

Tema 1. La distribución comercial.

1. La distribución comercial.
2. El canal de distribución.
3. Número de niveles del canal.
4. Otra clasificación de los canales.
5. Decisiones sobre el canal.
6. Tipos de intermediarios comerciales: los mayoristas.
7. Tipos de intermediarios comerciales: los minoristas.

Tema 2. Organización de la producción.

1. Introducción.
2. El sistema de producción en la empresa, concepto y elementos.
3. Clases de sistemas productivos.
4. Objetivos y decisiones en el sistema de producción.
5. Relación del sistema productivo con otras áreas de la empresa.
6. Los costes de producción y su control.
7. La productividad, factores y calidad.
8. Análisis de la decisión de producir o comprar (“Make versus Buy”).
9. Outsourcing (externalización).
10. Definiciones de logística y actividades de la logística.
11. La logística como fuente de ventaja competitiva.
12. Evolución histórica de la logística.
13. Las redes logísticas y planificación.
14. La cadena de valor.
15. El almacén.
16. Gestión de inventarios.
17. La distribución y objetivos.
18. Localización de almacenes y puntos de venta.

Tema 3. Operadores logísticos.

© icaformación2026

1. Introducción.
2. Definición y tipología de operadores logísticos “3PL”.
3. El sector de los operadores logísticos en España.
4. Fundamentos de la subcontratación.
5. Multicriterios para selección de operadores estratégicos.
6. Relación entre los operadores logísticos y la cadena de valor.
7. Proceso de subcontratación.
8. Control y seguimiento.

© icaformación2026