

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 40108
Nom: Logística i distribució física
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 5
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2114 - Màster Universitari en Màrqueting i Investigació de Mercats	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2114 - Màster Universitari en Màrqueting i Investigació de Mercats	Especialitat en distribució	OPTATIVA

COORDINACIÓ

FAYOS GARDO TERESA

RESUM

En l'assignatura Logística i Distribució Física s'analitzaran variables com el desenvolupament de sistemes que permeten la integració de l'empresa en vertaderes cadenes de valor, anant més enllà de la simple agregació de les funcions d'emmagatzematge, transport i manipulació de les mercaderies, incorporant el servei al client com a factor d'èxit clau en totes aquestes activitats. Així, La primera part "Logística i distribució física", té com a objectiu delimitar el contingut actual de la funció logística en empreses que actuen en el sector de la distribució comercial, establint la logística com un concepte de naturalesa dinàmica. S'analitza l'evolució en el contingut de la funció logística i se subratlla la seua importància actual en un entorn altament competitiu i es delimiten les formes d'organitzar la funció logística en l'empresa. El segon bloc temàtic, ¿elements de la funció logística¿ té com a objectiu identificar, conceptualitzar i desenvolupar les variables en les quals es dona suport a una funció logística eficient. Es presenten els canals de comercialització, els operadors logístics, els sistemes de gestió de la informació, el servei al client i les plataformes logístiques com a tendències actuals. Finalment, la tercera fase de la programació implica centrar-nos en ¿les noves estratègies logístiques¿ donant a conèixer les noves tendències que a partir de la incorporació de les tecnologies de la informació i la comunicació es generen en el disseny de la funció logística. Consistirà en l'estudi teòric-pràctic dels nous enfocaments entorn de la funció logística i la gestió de la cadena de subministraments delimitant la seua naturalesa i components. Es contemplaran els fonaments de la logística, els seus objectius i la seua rellevància en l'àmbit del comerç internacional.



CONEXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

En relació amb altres assignatures de la mateixa titulació, no s'han especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis. Els coneixements previs són els propis d'accés al Màster.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

Dissenyar estratègies de màrqueting.

Dissenyar mecanismes de control sobre les decisions de màrqueting i investigació comercial i implementar possibles mesures correctores.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Posseir les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autòdridigida o autònoma.

Presentar documents i informes en màrqueting i investigació comercial.

Redactar documents i informes en màrqueting i investigació comercial.

Saber aplicar els coneixements adquirits i ser capaços de resoldre problemes en entorns nous o poc coneguts, dins contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb l'àrea d'estudi.

Saber comunicar les conclusions i els coneixements i les raons últimes que les sustenten a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Saber presentar en públic els objectius del pla de màrqueting i respondre a les crítiques d'altres, mitjançant judicis argumentats i defensar amb rigor i tolerància.

Saber realitzar les tasques pròpies de la seva professió, tant en empreses privades com en organismes públics.

Saber redactar i preparar presentacions per posteriorment exposar-les i defensar-les.

Saber treballar en equip amb eficàcia i eficiència.

Ser capaços d'analitzar de forma crítica tant el seu treball com el del seu companys.

Ser capaços d'establir els processos de recollida d'informació i el tipus de dades necessàries per dur a



terme la planificació en màrqueting.

Ser capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

Ser capaços d'integrar les noves tecnologies en la seva tasca professional i / o investigadora.

Ser capaços d'organitzar i planificar les activitats d'un departament de màrqueting en l'àmbit empresarial.

Ser capaços de buscar, ordenar, analitzar i sintetitzar la informació, seleccionant la que resulta pertinent per a la presa de decisions.

Ser capaços de prendre decisions, desenvolupar accions i resoldre problemes en màrqueting.

Ser capaços de prendre decisions tant individuals com col·lectives en la seva tasca professional i / o investigadora.

Tenir una actitud proactiva davant dels possibles canvis que es produeixin en la seva tasca professional i / o investigadora.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Primera Part .- Fonaments de la Logística i la Distribució Física

Tema 1. La logística i les seues activitats: importància i enfocament

Tema 2. Nous desenrotllaments logístics

Tema 3. El servei al client en la logística

Tema 4. La logística en el comerç internacional

2. Segona Part .- Elements de la Funció Logística

Tema 5. La gestió d'inventaris

Tema 6. Les decisions de transport

Tema 7. Les decisions d'emmagatzemament

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS



Activitat	Hores
Treball en grup	2,00
Teoria	35,00
Seminari	7,00
Total hores	44,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	7,50
Elaboració de treballs individuals o en grup	12,50
Estudi i treball autònom	6,00
Preparació de classes	45,00
Preparació d'activitats d'avaluació	17,50
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	88,50

METODOLOGIA DOCENT

La metodologia docent a emprar en les classes teòriques serà bàsicament la lliçó magistral participativa. En este sentit, el professor explicarà els diferents temes i punts que conformen el programa, però al mateix temps motivarà la participació activa en classe, tractant d'intercalar l'ús de la seua paraula amb intervals de diàleg professor- alumne.

- En cada un dels temes, els recursos docents es conceben estructurats de la manera següent: Bibliografia bàsica, en la que s'indiquen una sèrie de manuals que permeten cobrir adequadament els temes continguts en la programació de l'assignatura.
- Bibliografia complementària o Lectures. S'arrepleguen ací tant monografies que se centren en alguna qüestió específica relacionada amb el tema com a articles que tracten algun aspecte puntual del tema.
- Addicionalment, l'alumne tindrà disponible a través de l'aula virtual enllaços a documents i pàgines web amb informació complementària.

Quant a la part pràctica, el treball previ i la participació activa de l'estudiant serà la clau fonamental en el seu desenrotllament i avaluació. Les activitats a desenrotllar, tant de forma individual com en equip, seran bàsicament de tres tipus:

- Debat de lectures
- Discussió de casos pràctics
- Elaboració d'informes

Així mateix, durant el curs intervindran professionals implicats en la gestió logística a fi d'il·lustrar d'una manera aplicada els temes teòrics de l'assignatura. També es realitzaran visites a empreses o institucions per a conèixer a través de l'experiència determinades funcions logístiques.

La metodologia proposada pot ser desenvolupada tant de forma presencial com a distància si les



circumstàncies ho exigeixen.

AVALUACIÓ

L'avaluació de l'assignatura es realitzarà tenint en compte la consecució de distints tipus de competències, de la manera següent:

- a) Participació en classe 10%
- b) Treball individual 20%
- c) Treball en equip 20%
- d) Examen final 50%

a) Participació en classe

La participació s'avaluarà de manera positiva en la mesura que:

- L'alumne assistisca a les sessions amb regularitat i puntualitat.
- L'alumne mostre motivació per a participar en els debats o activitats.
- La participació demostre que s'han llegit els materials rellevants.
- La participació tinga en compte les intervencions dels companys.
- L'alumne respecte als companys en tots els aspectes.

b) Treball individual

A través dels treballs individuals el professor podrà avaluar les habilitats de l'estudiant relatives a l'anàlisi de problemes, l'argumentació lògica, així com l'estructuració i documentació de treballs escrits. El treball individual es basa en dos metodologies:



- Debat de lectures: L'alumne haurà de llegir prèviament a la sessió en què estiga programat el debat, les lectures indicades pel professor, a fi de poder participar de forma activa i documentada en la discussió.
- Resolució i discussió d'Activitats pràctiques: L'alumne haurà d'analitzar una situació o problemàtica concreta relacionada amb la logística empresarial, plantejar opcions o solucions, i argumentar les seues propostes. Es realitzaran dos casos pràctics durant el curs, que es presentaran per escrit en la data indicada.

c) Treball en equip

L'objectiu final del treball és avaluar l'estratègia de màrqueting d'una determinada empresa, en particular en relació a la seua logística, i proposar accions respecte d'això.

d) Examen final

Es realitzarà un examen final que avaluarà les competències relatives a la identificació i comprensió dels continguts del temari, així com a la il·lustració dels mateixos a través d'exemples o casos pràctics. L'examen contindrà tant preguntes curtes com preguntes de desenrotllament i teoricopràctiques. És necessari aprovar l'examen final per a poder passar l'assignatura.

En cas necessari, es podrà incrementar el pes dels treballs acadèmics, per ajustar-se a les possibles situacions de docència fins arribar al 100% de la qualificació.

BIBLIOGRAFIA

- Anaya, J.J. (2015). Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa. ESIC Editorial. Madrid.
- - 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>

- 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.