

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas, Facultad de Contaduría y Administración
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Negocios Internacionales
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Distribución Estratégica Comercial
- 5. Clave:** 41525
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguna



Equipo de diseño de PUA

Edgar Guerrero Lizárraga
Juan Benito Vela Reyna

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Esperanza Manrique Rojas

Fecha: 16 de abril de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje tiene como finalidad brindar los conocimientos al alumno para poder desarrollar un plan estratégico de distribución que le permita fijar estrategias para enfrentar las posibles amenazas y aprovechar las oportunidades del mercado. Esta unidad de aprendizaje es de carácter obligatorio, forma parte del área de conocimiento Comercio Internacional y se imparte en la etapa disciplinaria y no cuenta con requisitos previos para ser cursada

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Relacionar la implementación de las técnicas y las estrategias de distribución, mediante la elaboración de un plan de estratégico de distribución de productos, para comprender su importancia como eje organizador entre la producción y el consumo.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elaboración y presenta un plan estratégico de distribución que le permita elegir un canal de venta, en el que tendrá que considerar las condiciones del almacén, el inventarios, así como el seleccionar su envase, empaque y embalaje para lograr la eficiencia en los procesos de distribución.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL

Competencia:

Describir los objetivos y actores de los sistemas de distribución, reconociendo los tipos de canales de distribución, para su selección de una manera responsable y comprometida.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Concepto de Distribución Internacional.
 - 1.1.1 Objetivo.
 - 1.1.2 Importancia.
 - 1.1.3 Tendencias.
- 1.2. Actores en la Distribución Internacional.
 - 1.2.1 Fabricante / Productor.
 - 1.2.2 Distribuidor.
 - 1.2.3 Mayorista.
 - 1.2.4 Minorista.
 - 1.2.5 Consumidor.
- 1.3. Sistemas de Distribución.
 - 1.3.1 Interna.
 - 1.3.2 Externa.
 - 1.3.3 Mixta.
- 1.4. Canales de Distribución
 - 1.4.1 Canal de distribución de bienes de consumo.
 - 1.4.2 Canal Directo.
 - 1.4.3 Canal Corto.
 - 1.4.4 Canal Largo.
- 1.5. Canal de distribución de los bienes industriales.
 - 1.5.1. Fabricantes - Clientes industriales.
 - 1.5.2. Fabricantes - Distribuidores industriales–clientes industriales.
 - 1.5.3. Fabricantes - representantes del fabricante o sucursal de ventas -
 - 1.5.4. distribuidores industriales - clientes industriales.
- 1.6. Canal de distribución de los servicios.
 - 1.6.1 Productor–consumidor.

1.6.2 Productor–agente–consumidor.

1.7. Selección de un Canal de Distribución.

1.7.1 Factores que influyen en la selección.

1.7.2 Canales alternativos.

1.7.3 Canales no tradicionales.

1.7.4 Alianza Estratégica.

1.7.5 Canales Inversos.

UNIDAD II. ALMACEN

Competencia:

Diferenciar los tipos de almacenes, por sus tipos de funciones y dinámicas, para establecer y diseñar las zonas de carga, descarga, recepción, resguardo, expedición y producción con iniciativa y voluntad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Concepto de Almacén.
 - 2.1.1 Funciones del Almacén.
- 2.2. Tipos de Almacenes.
 - 2.1.2 Materia Prima.
 - 2.1.3 Semielaborados.
 - 2.1.4 Piezas de recambio
 - 2.1.5 Producto terminado.
- 2.3. Dinámica del almacén
 - 2.3.1 Entradas.
 - 2.3.2 Almacenajes.
 - 2.3.3 Salidas.
- 2.4. Layout del Almacén.
 - 2.4.1 Zona de Carga y Descarga.
 - 2.4.2 Zona de Recepción.
 - 2.4.3 Cross Docking
 - 2.4.4 Zona de Almacenaje.
 - 2.4.5 Zona de preparación de Pedidos.
 - 2.4.6 Surtido.
 - 2.4.7 Picking.
 - 2.4.8 Zona de Expedición.
 - 2.4.9 Zona de Producción.
- 2.5 CEDIS
 - 2.5.1 Funciones de un Cedis.
 - 2.5.2 Diferencia entre CEDIS y ALMACEN.

UNIDAD III. CONTROL DE INVENTARIOS.

Competencia:

Comparar los tipos de inventarios, ilustrando sus funciones y métodos de control, para lograr establecer procesos automatizados en la identificación de mercancías con rectitud y solidaridad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1. Concepto de Inventarios
 - 3.1.1 Funciones del inventario.
- 3.2. Tipos de Inventarios.
 - 3.2.1 Inventarios Perpetuos.
 - 3.2.2 Inventarios Periódicos.
- 3.3. Métodos para el Control de Inventarios
 - 3.3.1 Control de inventarios ABC
 - 3.3.2 Justo a tiempo (Just in time)
 - 3.3.3 Sistema computarizado
 - 3.3.4 Cantidad fija de pedido.
 - 3.3.5 Método PEPS.
 - 3.3.6 Método UEPS.
 - 3.3.7 Conteo Cíclicos.

UNIDAD IV. ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE.

Competencia:

Comparar los tipos de envases, empaques y embalajes, estableciendo los criterios del marco legal y normativo, para garantizar la protección del producto en sus proceso de distribución de una manera responsable y comprometida.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1. La Protección de la mercancía.
 - 4.1.1 Envase y Embalaje.
 - 4.1.1.1 Definición, tipos y función de Envase y Empaque.
 - 4.1.1.2 Tipos de envase y Empaque.
 - 4.1.1.3 Criterios para seleccionar el Envase y Empaque.
- 4.2 Embalaje
 - 4.2.1 Definición, tipos y función de Embalaje
 - 4.2.2 Tipos de embalaje.
 - 4.2.3 Símbolos ISO.
- 4.3. Tipos de Protección para empaque.
 - 4.3.1. Riesgos durante la distribución.
 - 4.3.2. Manipulación, estiba y almacenamiento (paletizado).
- 4.4. Marco legal del envase y embalaje.
 - 4.4.1. Normas Oficiales Mexicanas (NOM).
 - 4.4.2. Marcado del país de Origen.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Conceptos Básicos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental de los conceptos básicos de la Distribución Estratégica Comercial. 2. Ejemplifica los conceptos básicos de la Distribución Estratégica Comercial. 3. Identifica en una empresa real o ficticia el proceso de distribución nacional e internacional. 4. Entrega al profesor los reportes de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico 	8 horas
UNIDAD II				
2	Áreas de almacenaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental de los conceptos básicos de los tipos de almacenaje de mercancías. 2. Ejemplifica los conceptos básicos en los tipos y formas de almacenamiento de mercancías. 3. Identifica en una empresa real o ficticia el proceso para la conserva y disponibilidad de mercancías en la Distribución Estratégica Comercial . 4. Entrega al profesor los reportes de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico 	8 horas
UNIDAD III				

3	Inventarios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental de los conceptos básicos de los tipos de inventarios. 2. Ejemplifica los conceptos básicos métodos, tipos y formas de almacenamiento de mercancías. 3. Identifica en una empresa real o ficticia el proceso para los controles de inventarios en la Distribución Estratégica Comercial. 4. Entrega al profesor los reportes de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico 	8 horas
UNIDAD IV				
4	Elección de envase, empaque y embalaje.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental de los conceptos básicos en el diseño y selección de los tipos de envases, empaques y embalajes. 2. Ejemplifica los conceptos básicos en el diseño y selección de los tipos de envases, empaques y embalajes. 3. Identifica en una empresa real o ficticia los procesos para diseñar y seleccionar de los tipos de envases, empaques y embalajes. 4. Entrega al profesor los reportes de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico 	8 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de análisis de precio
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Proporciona información para las prácticas de taller
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

-Examen (3)	30%
- Plan de distribución.....	45%
- Exposiciones.....	15%
- Tareas.....	10%
Total.....	100%

.

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Michael, FO . H. (2017). <i>Estrategia de Marketing Edición 7ª</i> Editorial. CENGAGE Learning [clásica]</p> <p>Meidl, S. C. M. (2008). <i>Administración de la Cadena de Suministro-Estrategia, Planeación y Operación.</i> Editorial. Pearson Educación. [clásica]</p> <p>Ramírez, A. C. (2009). <i>Manual de la gestión logística del transporte y distribución de mercancías.</i> Universidad del Norte [clásica].</p>	<p>Cohen, S., & Roussel, J. (2013). <i>Strategic supply chain management: the five disciplines for top performance.</i> McGraw-Hill Education. [clásica]</p> <p>Coyle, J. J., Langley, C. J., Novack, R. A., & Gibson, B. J. (2013). <i>Administración de la cadena de suministro: una perspectiva logística.</i> Cengage Learning [clásica]</p> <p>Chopra, S., & Meindl, P. (2007). Supply chain management. Strategy, planning & operation. <i>In Das summa summarum des management</i> (pp. 265-275). Gabler. [clásica]</p> <p>Jacobs, FR, Chase, RB y Lummus, RR (2014). <i>Gestión de operaciones y cadena de suministro</i> (págs. 533-535). McGraw-Hill / Irwin. [clásica]</p> <p>Lambin, J., Gallucci, C., & Sicurello, C. (2009). <i>Dirección de marketing : Gestión estratégica y operativa del mercado</i> (2a. ed.). ProQuest Ebook Central. https://libcon.rec.uabc.mx:4431 [clásica]</p> <p>Pelton, L. E., Strutton, D., Lumpkin, J. R., Medina, G. A., & Carulla, E. L. (1999). <i>Canales de marketing y distribución comercial: el más práctico y efectivo sistema gerencial para el manejo integrado y relacional de los canales de marketing</i> (No. 658.83/P39mE). McGraw Hill. [clásica]</p> <p>Pelton, L. E., Strutton, D., Lumpkin, J. R., Medina, G. A., & Carulla, E. L. (1999). <i>Canales de marketing y distribución comercial: el más práctico y efectivo sistema gerencial para el manejo integrado y relacional de los canales de marketing.</i> [clásica]</p>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Administración Estratégica Internacional debe contar con título de licenciatura en Negocios Internacionales o administración y preferentemente con estudios de posgrado, con dos años de experiencia laboral y en docencia. Ser proactivo con pensamiento crítico, inteligencia emocional, responsable, organizado, facilitador, empático y flexible