

# Grado en Marketing y Comunicación Digital

**Asignatura:** Logística y operaciones

**Materia:** Empresa

**Créditos:** 6 ECTS

**Programa:** Grado

**Modalidad:** Presencial

**Curso:** Cuarto

**Semestre:** Primero

## 1. Índice

1. Índice .....	2
2. Presentación.....	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación .....	3
4. Resultados de aprendizaje de la materia.....	5
5. Contenidos.....	5
6. Metodología.....	¡Error! Marcador no definido.
7. Evaluación .....	¡Error! Marcador no definido.
8. Bibliografía .....	5

## 2. Presentación

### 02.1 Descripción

Este curso de Logística y Operaciones ofrece una perspectiva sobre cómo se organizan los procesos que hacen llegar el producto y/o servicio al usuario o cliente final. Es decir, cómo se alinean los procesos operativos y logísticos de modo que las organizaciones sean capaces de llevar a cabo el propósito para el cual están configuradas.

### 02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Comprender cómo se alinean las operaciones y cadena de suministro de las organizaciones respecto a su plan estratégico.
- Interactuar de forma eficiente con los responsables de logística y operaciones, comprendiendo los planteamientos que éstos pueden hacer en un equipo multidisciplinar.
- Conocer los diferentes enfoques disponibles a la hora de abordar la organización de la producción y de la cadena de suministro.
- Entender los conceptos principales de la gestión logística y poder evaluar la adecuación de las mismas a los diferentes tipos de modelo de negocio.

## 3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 - El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT4 - El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT5 - El estudiante podrá describir políticas de marketing y ventas como guía de la actividad empresarial teniendo en cuenta la cultura, la política y los objetivos de la empresa.
- RAT6 - El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.

- RAT7 – El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT10 – El estudiante será capaz de analizar las cuentas de explotación de las distintas unidades estratégicas de negocio de una empresa como base para el diagnóstico objetivo en la toma de decisiones comerciales y de marketing.
- RAT11 – El estudiante será capaz de desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa, de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, en los canales de venta tradicionales y online.
- RAT12 – El estudiante será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.
- RAT15 – El estudiante será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT16 – El estudiante será capaz de aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT20 – El estudiante sabrá crear las estrategias sobre el mix de marketing, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores.
- RAT22 – El estudiante será capaz de diseñar planes comerciales centrados en el incremento del valor de los clientes de la empresa, aprovechando la dimensión digital de la empresa.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.
- RAT24 – El estudiante será capaz de formular una estrategia comercial que considere los intereses y necesidades de los stakeholders para crear relaciones de confianza.
- RAT25 – El estudiante podrá desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa como refuerzo del posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados.

## 4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM8 – El estudiante será capaz de analizar de forma precisa las técnicas de gestión de inventarios y transporte, las estrategias de comercialización y distribución, para la mejora del proceso de distribución de pedidos, mediante el estudio de un caso real.

## 5. Contenidos

La asignatura de Logística y Operaciones ofrece una perspectiva sobre cómo se organizan los procesos que hacen llegar el producto y/o servicio al usuario o cliente final. Es decir, cómo se alinean los procesos operativos y logísticos de modo que las organizaciones sean capaces de llevar a cabo el propósito para el cual están configuradas. En particular:

- La estrategia organizativa y la Dirección de Operaciones
- Decisiones estratégicas en Operaciones
- Cadena de Suministro y Nuevas Tendencias
- Aspectos tácticos en el Sistema de Operaciones
- Logística Integral en la Gestión de Operaciones
- Introducción a la Logística: Historia, Concepto y Ventaja Competitiva
- Almacenes y Operadores Logísticos
- Operadores Logísticos

## 6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información

		Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

## 7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

Al calcular la nota final, las actividades de evaluación continua la asignatura (participación, pruebas en clase, casos de seminarios y proyectos en grupo, examen parcial) se ponderarán sólo si la nota del examen final es igual o superior a 4,0. Por tanto, para obtener una nota aprobatoria de la asignatura, la nota del examen final deberá ser igual o superior a 4,0. Si la nota del examen final es inferior a 4,0, la nota del examen final pasa a ser la nota final del curso, independientemente del resto de notas. Los estudiantes deben realizar el examen final si quieren recibir una evaluación cuantitativa del curso. Los estudiantes que no se presenten al examen final recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5)."**

**Evaluación Única:** La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar al profesor una solicitud por escrito

durante los primeros 15 días hábiles del curso.

## 8. Bibliografía

### 8.1 Bibliografía básica

- Bozarth & Handfield (2019) - Introduction to Operations and Supply Chain Management, 5th Edition

### 8.2 Bibliografía complementaria

- Serer Figueroa, M. A. (2021). Project management: gestión integrada de proyectos. Iniciativa Digital Politècnica. Oficina de Publicacions Acadèmiques Digitals de la UPC.