

CEYLEM, Formación, se basa en un modelo que reconoce las tres áreas clave que deben estar estratégicamente conectadas: **el Mercado, la entrega de “Valor” al Cliente y la Cadena de Suministro.**

Actúa como interfaz dentro de un proyecto, entre las actividades, Marketing y Logística de la organización, con el fin de alinear sus respectivas estrategias en el contexto de una Logística Integral y Sostenida.

Las empresas tienen que ofrecer una respuesta rápida al mercado tanto en la disponibilidad de nuevos productos como en la reducción de los plazos de entrega. La habilidad de responder antes que la competencia, a los cambios en el mercado, constituye un elemento esencial para el éxito.

El objetivo principal de los cursos, es desarrollar con los asistentes los conocimientos, herramientas y competencias más importantes para poder mejorar en el servicio al cliente y el control de costes operativos, al relacionar intereses de Estrategia y Logística Integral.

A QUIEN VA DIRIGIDA ESTA FORMACION.

- Mandos intermedios, técnicos y profesionales de las actividades que se desarrollan en las diferentes áreas: **Producción, Compras, Almacenaje, Distribución y Marketing.**
- Profesionales que deseen ampliar y actualizar sus conocimientos y habilidades o que necesiten conocer el impacto de las decisiones del Marketing Logístico en el rendimiento de las organizaciones.
- Estudiantes y desempleados que quieran ampliar sus conocimientos y habilidades orientadas a una mejor gestión en la empresa.

OBJETIVOS DE ESTE PROGRAMA.

Entre los objetivos específicos hay que destacar:

- **Adaptar el perfil profesional de los equipos que se relacionan con el cliente en la empresa tanto desde la perspectiva de marketing o logística a través de la evolución de los conocimientos, herramientas y competencias del alumnado, a los nuevos requerimientos del mercado.**
- **Actualizar y evolucionar los conceptos de servicio al cliente y costes a lo largo de toda la cadena de suministro de la empresa.**
- **Aportar soporte para el proceso de toma de decisiones de los responsables dentro de la organización.**

- Trabajar durante las jornadas los puntos clave de gestión para maximizar sus resultados a través de la incorporación del talento personal, aplicable a sus circunstancias profesionales.
- Identificar cuáles son las demandas que el mercado actual requiere y cuáles son los aspectos claves a considerar dentro de cada uno de ellos, con una visión multidisciplinar.
- Ofrecer una perspectiva de lo que ocurre en todos los procesos logísticos y su incidencia en la gestión para mejorar en eficacia y eficiencia profesional.

PROGRAMA DEL CURSO.

Módulo 1. Aprovisionamientos: (3 horas)

- Aprovisionamientos y la cadena de suministros.
- El proveedor estratégico.
- Aprovisionamientos en el proceso de planificación y control de operaciones.
- La previsión de ventas como herramienta básica de gestión de la planificación y del inventario.
- Gestión y control de inventarios.

Módulo 2. Sistemas de Información en Logística: (2 horas)

- Tecnologías aplicadas a los procesos de gestión: E.R.P., C.R.M., S.G.A.. Control de Presencia. Gestión de Flotas., etc.

Módulo 3. Sistemas de información en Logística II: (13 horas)

1.-Inventario.

- ✚ Tiempos de ciclo y plazos de entrega.
- ✚ Protecciones básicas: stock de seguridad.
- ✚ Servicio, rotura de inventario, días de cobertura y rotación de inventario.
- ✚ Perfil de coste de un producto.

2.- Suministro de materiales.

- ✚ Análisis del coste total de adquisición (TAC).

3.- la cadena de suministros.

- ✚ Elementos de distorsión de la demanda aguas arriba en la cadena de suministros.
- ✚ El valor de la información y el tiempo.

- ✚ El transporte y la gestión de inventarios.

4.- el riesgo del suministro.

- ✚ Análisis de riesgos.
- ✚ Sostenibilidad.
- ✚ Plan de contingencias.

Módulo 4.-Logística Inversa: (4 horas)

La logística inversa, factor base en la calidad:

- Concepto de logística inversa.
- Misión y función.
- Características y materiales.
- Normalización y legislación.
- Tendencias en la logística inversa.

La logística inversa como arma estratégica:

- La estrategia de operaciones y la logística inversa.
- Barreras a la implantación de la logística inversa.
- La orientación medioambiental de la empresa y la logística inversa.

Diseño organizativo para la logística inversa:

- Relaciones con el área de operaciones.
- Relaciones con la cadena de suministro.

La gestión medioambiental en la empresa, relación con la logística inversa.

Módulo 5.-Distribución y Logística Comercial: (6 horas)

Fundamentos de marketing logístico:

- La distribución física, el marketing logístico y supply chain.
- La importancia de la gestión logística en el cliente.
- El concepto de Logística Integral y la evolución hacia la Supply Chain Management.
- Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida.
- Indicadores del rendimiento (KPI's).
- Cómo lograr el nivel de servicio adecuado:
- Oportunidades para mejorar el servicio.
- Determinar la política de servicio.
- El pedido perfecto.

Módulo 6.-Gestión de Inventarios: (8 horas)

Razones para tener inventarios.

Clasificación ABC.

El coste de tener inventario.

El coste de hacer un pedido.

Políticas de gestión de inventarios de distribución.

Módulo 7.-Gestión del transporte (12 horas)

- ✚ El coste de distribución.
- ✚ El transporte primario y secundario.
- ✚ La unidad de carga y el sistema modular.
- ✚ La optimización de la gestión de los transportes según la unidad de carga.
- ✚ Capacidad del transporte para unidades de carga paletizadas.
- ✚ Clasificación de vehículos.
- ✚ La estiba.
- ✚ El factor estiba y la densidad. Peso volumen.
- ✚ La contratación del transporte.
- ✚ Dimensionar la flota.
- ✚ Rutas fijas o dinámicas:
 - Principios para una buena programación y diseño de rutas.
- ✚ Indicadores de control de gestión.
- ✚ Estrategias básicas para planificar un sistema de distribución.
- ✚ Clasificación de las empresas de servicios de transporte y operadores logísticos:
 - La evolución hacia el 4PL.
- ✚ Estructura de una red de distribución capilar:
 - Configuración logística.
 - El mapa de procesos en la empresa de paquetería.

Módulo 8.- Gestión del almacén (10 horas)

- ¿Por qué es necesario un almacén?
- Zonificación de productos.
- Funcionamiento general del almacén.
- Actividades comunes en el almacén.

- ¿Cuáles son los objetivos de mejora en un almacén?
- Principios básicos para simplificar las manipulaciones.
- Tipos de almacenaje.
- Tipos de picking y su optimización.
- Indicadores clave de gestión KPI's.

Estructura y relaciones del canal de distribución:

- Definición y funciones de la distribución comercial.
- Los canales de comercialización y la utilidad de los intermediarios.
- Estrategias de distribución.

Módulo 9.-Modelos de redes de distribución: (2 horas)

- Estrategias de desarrollo de una red logística.
- Distribución centralizada.
- Distribución descentralizada.