



UNIVERSIDAD PERUANA DEL CENTRO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
SILABO
ASIGNATURA: GESTIÓN DE CADENAS DE APROVISIONAMIENTO

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1 Nombre de la Asignatura	: Gestión de Cadenas de Aprovevisionamiento
1.2 Código de la Asignatura	: ADM-847
1.3 Número de créditos	: 04
1.4 Carácter de la Asignatura	: Obligatorio
1.5 Ciclo Académico	: VIII
1.6 Total de horas	: 05
1.7.1. Horas de teoría	: 03
1.7.2. Horas de práctica	: 02
1.7 Prerrequisito	: ADM-634
1.8 Total de Semanas	: 17 semanas

2. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular formativa. Es de naturaleza teórico-práctica y tiene como objeto proporcionar al estudiante competencias relacionadas con los procesos de control de inventarios, almacenes, transporte y distribución. Permite al estudiante tener herramientas para realizar el análisis de lotes de compras, administrar almacenes, planificar rutas y despachos. Los principales temas son: I cadena de suministros. II Gestión de abastecimiento, logística de producción, gestión de inventarios y almacenamiento. III Logística de distribución física internacional.

3. COMPETENCIAS

- Sustenta una propuesta de mejora del sistema logístico para una empresa local, haciendo uso de herramientas para el control de inventarios, manejo de almacenes, estrategias de transporte y distribución, y gestión de compras, demostrando dominio teórico, argumentativo y uso de la normatividad.

4. CRONOGRAMA Y CONTENIDOS

UNIDAD I CADENA DE SUMINISTROS

Capacidades:

- Al término de la unidad, el estudiante, elabora la estructura de una cadena de suministro para un caso simulado, empleando los procesos básicos de almacenaje, demostrando un diseño adecuado de los almacenes de cada fase, para una óptima utilización.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance	
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
1	S1	3h	Cadena de suministro y cadena logística.	<ul style="list-style-type: none"> - Investiga acerca de las funciones específicas del responsable del proceso logístico de una empresa. - Elabora informe acerca de la logística de abastecimiento de una empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proactividad para el aprendizaje. 		
	S2	2h	Almacenaje de productos.				
2	S1	3h	Organización interna del almacén				
	S2	2h	Recepción y expedición de mercancías				
3	S1	3h	Practica calificada 01				
	S2	2h	La gestión de stocks.				
4	S1	3h	Variables de la gestión de stocks.				
	S2	2h	Valoración de las existencias.				
5	S1	3h	Sistemas Integrados para inventarios				
	S2	2h	Cross Docking				
6	S1	3h	Practica calificada 02				
	S2	2h	PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL			33.34%	

UNIDAD II
GESTION DE ABASTECIMIENTO, LOGISTICA DE PRODUCCION, GESTION DE INVENTARIOS Y
ALMACENAMIENTO

Capacidades:

1. Sustenta y explica los procesos de la logística de abastecimiento de una empresa según el sector productivo al que pertenece, propone la política de compras y proveedores, estableciendo el nivel de inventario y la modalidad de transporte que permitirán optimizar los procesos y reducir los costos.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance	
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
7	S1	3h	Selección y evaluación de los proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Revisa las fuentes bibliográficas propuestas. - Trabajos individuales. - Elabora informe acerca de la logística de producción de una empresa. 	- Cumplimiento de responsabilidades		
	S2	2h	Proveedores críticos y óptimos.				
8	S1	3h	Indicadores de gestión de proveedores				
	S2	2h	Introducción a la logística de producción.				
9	S1	3h	MRP, TOQM				
	S2	2h	JIT, DRP, ECR				
10	S1	3h	Gestión de inventarios: definición y clasificación				
	S2	2h	Modelos de gestión de inventarios				
11	S1	3h	Gestión de almacenamiento: administración de materiales, normalización, identificación, clasificación, manipulación.				
	S2	2h	Administración de almacenes, selección, localización, diseños				
12	S1	3h	Casos prácticos				
	S2	2h	SEGUNDA EVALUACIÓN PARCIAL			66.67%	

UNIDAD III
LOGISTICA DE DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

Capacidades:

- Describe en un organizador gráfico, la importancia de la Logística Internacional, identificando los operadores logísticos y determinando su responsabilidad en la cadena de la DFI.

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance	
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
13	S1	3h	Gestión de Transporte y Distribución	<ul style="list-style-type: none"> - Elabora informe acerca de la logística de distribución de una empresa. - Elabora informe acerca de los INCOTERMS. - Investiga acerca de las alternativas que presenta una cadena de logística inversa, minimizar la contaminación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tolerancia y democracia - Predisposición al trabajo en grupo. 		
	S2	2h	Función y modalidades de transporte				
14	S1	3h	Características de la flota de vehículos				
	S2	2h	Costos de un sistema de transporte				
15	S1	3h	Carga a transportar: características, preparación para el transporte.				
	S2	2h	Modos de transporte: rutas y terminales. Estructura, regulaciones internacionales.				
16	S1	3h	Costos de Distribución física: costos directos e indirectos. INCOTERMS				
	S2	2h	Costos de sobre estadías y almacenaje. Circuito logístico de carga.				
17	S1	3h	Principales vías de acceso en el Perú y en la región.				
	S2	2h	TERCERA EVALUACIÓN PARCIAL			100 %	
18	EVALUACIÓN DE REZAGADOS						
19	EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA						

5. METODOLOGÍA Y/O ESTRATEGIAS DIDACTICAS

- 5.1 Métodos: Inductivo, Deductivo, Polémico, Expositivo y Heurístico, Sintético- Analítico.
- 5.2 Técnicas: mapas mentales, mapas conceptuales, diálogo, dinámica de grupos, entre otros.
- 5.3 Formas: oral, escrita, lectura de textos, Reflexiva-Participativo, etc.
- 5.4 Modo: Individual y grupal.

6. RECURSOS MATERIALES

Para el alumno: Cuaderno, papelotes, diapositivas, guías académicas.

Para el profesor:

Equipos:

Multimedia

Materiales:

Plumones

Textos y separata del curso

Videos

Direcciones electrónicas

Carpeta de trabajo

Biblioteca virtual

7. EVALUACION

Se considerará dos dimensiones:

La evaluación de los procesos de aprendizaje y la evaluación de los resultados del aprendizaje. Estas dimensiones se evaluarán a lo largo de la asignatura en cada unidad de aprendizaje, puesto que la evaluación es un proceso permanente cuya finalidad es potenciar los procesos de aprendizaje y lograr los resultados previstos.

La evaluación del proceso de aprendizaje consistirá en evaluar: Los saberes y aprendizajes previos, los intereses, motivaciones y estados de ánimo de los estudiantes, la conciencia de aprendizaje que vive, el ambiente y las relaciones interpersonales en el aula; los espacios y materiales; y nuestros propios saberes (capacidades y actitudes); de modo que permita hacer ajustes a la metodología, las organizaciones de los equipos, a los materiales (tipo y grado de dificultad), etc.

Asimismo, la evaluación de los resultados de aprendizaje consistirá en: evaluar las capacidades y actitudes, será el resultado de lo que los alumnos han logrado aprender durante toda la unidad. Este último será tanto individual como en equipo. Es decir cada alumno al final del curso deberá responder por sus propios conocimientos (50%), deberá demostrar autonomía en su aprendizaje pero también deberá demostrar capacidad para trabajar en equipo cooperativamente (50%). Los exámenes serán de dos tipos: parcial y final.

El promedio de tarea académica (TA) es el resultado de las evaluaciones permanentes tomadas en clase: prácticas calificadas, exposiciones y otros, también es el resultado de la evaluación valorativa: actitudes positivas, participación en clase, reflexiones y otros. Sin embargo los exámenes parcial y final serán programados por la Universidad. El promedio final (PF) se obtendrá de la siguiente ecuación.

TA: Promedio de tareas académica

EP1 :1ra evaluación parcial

EP2 : 2da evaluación parcial

EF: Evaluación Final

NF : Nota final

$$NF = \frac{\overline{TA} + EP1 + EP2 + EF}{4}$$

8. BIBLIOGRAFIA

- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). Marketing de servicios (6ª ed.). México: Pearson Educación, p. 2 – 89.
- Fernández, P. y Bajac, H. Marketing de servicios (1ª ed.). Argentina, p. 13 -26.
- Hoffman, D. y Batenson, J. La gestión del marketing de servicios (4ª ed.). Argentina, p. 1 - 84.