

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
LICENCIATURA EN ECONOMÍA EMPRESARIAL**

LOGÍSTICA Y ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA

CICLO LECTIVO 2022

1. IDENTIFICACIÓN

LOGÍSTICA Y ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA pertenece al Ciclo Profesional de la Licenciatura en Administración y la Licenciatura en Economía Empresarial correspondiente al Plan del Cincuentenario.

2. EQUIPO DOCENTE Y COORDINADOR

Docentes:

- **PhD. Patricio Berra.** Docente Asociado.
Email: patricio.berra@econ.unicen.edu.ar
Email: Patricio.r.berra@gmail.com
- **Mg. Mónica Jugón.** Docente Asociado.
Email: monica.jugon@econ.unicen.edu.ar
- **Lic. Lucía Elissondo.** Adjunto.
Email: lucia.elissondo@econ.unicen.edu.ar
- **Lic. Alfonsina Rinaldi.** JTP
Email: alfonsina.rinaldi@econ.unicen.edu.ar
- **Lic. Agustín Medina.** JTP.
Email: agustin.medina@econ.unicen.edu.ar

Coordinador:

- **PhD. Patricio Berra.** Docente Asociado.

3. CARGA HORARIA

La asignatura tiene una carga horaria semanal de 6 horas y un total de 80 horas.

Las horas semanales son cuatro (4) y se distribuyen en dos clases de dos (2) horas presenciales.

Las dos (2) horas restantes se desarrollan de manera asincrónica, a través del entorno virtual.

4. MARCO REFERENCIAL

1. Ubicación de la Asignatura

La asignatura se dicta en el CICLO PROFESIONAL, en el TERCER AÑO, SEGUNDO CUATRIMESTRE de la carrera de LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN y LA LICENCIATURA EN ECONOMÍA EMPRESARIAL.

2. Relación con materias anteriores

Los conocimientos y habilidades mínimos que debiera tener incorporados el alumno para la asignatura son, en principio, los obtenidos en materias de años anteriores tales como: **Administración** (primer año, primer cuatrimestre), **Comportamiento Organizacional** y **Sistemas de Información Gerencial** (segundo año, primer cuatrimestre), **Técnicas Cuantitativas** y **Sistemas Administrativos** (segundo año, segundo cuatrimestre).

Todas ellas son materias que se relacionan con los conceptos y prácticas organizacionales donde la mirada de la Gestión de la Cadena de Suministros es básica y fundamental.

3. Contenidos mínimos previstos en el Plan de Estudios

Los contenidos mínimos previstos en el Plan de Estudios son:

- La función de Operaciones.
- Procesos operativos y logísticos: Gestión, Análisis, Calidad e Indicadores.
- Planificación Operativa.
- Métodos de Programación y optimización.
- Gestión de Inventarios.
- Gestión de la Cadena de Suministro.

4. Conocimientos y habilidades, mínimos y básicos, que debiera poseer el alumno

Los alumnos debieran tener conocimiento y práctica del Word para reafirmar la importancia de la expresión escrita y del Excel para construir planillas de cálculos, utilizar las funciones matemáticas, lógicas, estadísticas y financieras y construir gráficos y analizarlos, forjando el hábito de su utilización para agilizar cálculos, sintetizar ideas y facilitar el análisis de resultados. También se sugiere la utilización de Visio y Win Project pues facilitan la incorporación de nuevos conocimientos.

5. Aportes de la asignatura a la formación del futuro profesional

Esta asignatura apunta a formar al futuro Licenciado en un profesional capaz de actuar en una Cadena de Suministros y en actividades productivas tanto a nivel local como nacional.

Se pretende aportar a la formación de profesionales innovadores que presten servicios frente a los desafíos actuales que se presentan en el ámbito de la Logística, la Cadena de Suministros y la Planificación.

Ellos debieran ser capaces de definir estrategias, analizar, operar, administrar, evaluar y mejorar las actividades de la cadena de suministros y de valor de las organizaciones, a través de técnicas innovadoras de optimización de la producción, el aprovisionamiento, la distribución, el almacenaje y el transporte.

La materia aporta los conocimientos y herramientas que todo Licenciado en Administración debe conocer y manejar respecto de la Cadena de Suministros con un enfoque de procesos, como tema relevante y de significativo impacto en los negocios. Considerando a la Supply Chain Management como un enfoque que implica la óptima integración de procesos desde los clientes hasta los proveedores.

La asignatura realiza aportes para materias como **Innovación y Desarrollo Regional** que es del cuarto año, primer cuatrimestre, para la materia **Emprendedorismo y Empresa Familiar**, cuarto año segundo cuatrimestre, y para **Práctica Profesional** del quinto año, primer cuatrimestre.

Todas ellas se han de nutrir con el conocimiento y la mirada particular que la materia, Logística y Organización Productiva, desarrolla en los alumnos.

El análisis focalizado y crítico que aporta la materia marca una forma particular de concebir, analizar y gestionar, los grandes desafíos de las organizaciones actuales, dado por la agregación de valor que le imparte.

5. OBJETIVOS

- Incorporar en los alumnos los conceptos fundamentales de la *Supply Chain Management* a través de los procesos de:
 - Gestión de la relación con Clientes.
 - Gestión de Servicio al cliente.
 - Gestión de la Demanda.
 - Gestión Órdenes de Clientes.
 - Gestión del Flujo de Producción.
 - Gestión del Relación con los Proveedores.
 - Gestión de Devoluciones.
 - Gestión de Producto y Comercialización.
- Estimular la integración equilibrada de aspectos cuali/cuantitativos en la toma de decisiones.
- Incentivar al trabajo reflexivo, lógico y racional, con el fin de obtener la comprensión del nuevo concepto de la Gestión de Cadena de Suministros y su impacto en las organizaciones actuales.

6. PROPUESTA DE CONTENIDOS

● INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS (SCM)

Logística y SCM: Evolución del concepto. La función de Operaciones. Estrategias de Operaciones y competitividad. Decisiones. Valor. Desperdicio. Productividad. Eficacia. Eficiencia. Efectividad. Enfoque de Procesos.

● GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS.

- **Proceso de Gestión de la Relación con Clientes:** el proceso estratégico. El proceso operacional. Sub procesos.
- **Proceso de Gestión del Servicio al Cliente:** el proceso estratégico. El proceso operacional. Sub procesos.
- **Proceso de Gestión de la Demanda:** el proceso estratégico. El proceso operacional. Sub procesos.
- **Proceso de Gestión de Órdenes de Clientes:** el proceso estratégico. El proceso operacional. Sub procesos.
- **Proceso de Gestión del Flujo de Producción:** subprocesos. Flexibilidad. Sistemas *Push* y *Pull*. Indicadores.
- **Proceso de la Gestión de Relaciones con Proveedores:** el proceso estratégico. El proceso operacional. Sub procesos.
- **Proceso de Desarrollo de Producto y Comercialización:** el proceso estratégico. El proceso operacional. Sub procesos.

- **Proceso de Gestión de Devoluciones.** Tipos de devoluciones. Subprocesos y actividades involucradas. Objetivos. Conceptos asociados: Logística Inversa, Eco-logística y E-logística.
- **CONCEPTOS TRANSVERSALES:** Gestión de calidad. Indicadores. Costos.

7. PROPUESTA METODOLÓGICA

Esta asignatura cuenta con dos (2) clases semanales de dos (2) horas presenciales cada una, las cuales se dictarán en la modalidad teórica-práctica, y con dos (2) horas semanales *on line* y asincrónicas.

En las clases presenciales se trabajarán los temas propuestos, y de acuerdo al cronograma presentado, a través del planteo de situaciones concretas o de ciertas consignas que permitan desarrollar el debate y una construcción conjunta del conocimiento.

La actividad asincrónica, vía la plataforma de Unicen Virtual, prevé el análisis de situaciones o casos a trabajar en clase, el desarrollo de respuestas a preguntas que disparen la búsqueda de información, la resolución de ejercicios y su posterior interpretación, entre otras actividades, todo en la búsqueda de construcción de conocimiento por parte del alumno.

8. NÚCLEO CENTRAL DE ACTIVIDADES Y/O TRABAJOS PRÁCTICOS

En las clases serán teórico – prácticas se expondrán los temas propuestos, teniendo presente la realidad desde la cual se harán aportes de casos, situaciones concretas que permitirán discutir el tema en cuestión. Se hará mucho hincapié en el planteamiento de cuestiones reales o cuasi reales que posibiliten, al alumno, trasladar la teoría y desarrollar un conocimiento y aprendizaje propio a partir de propiciar espacios de discusión entre alumnos y docentes. Se presenta, como Anexo I, el Plan de Actividades para el Período Lectivo 2022.

9. CONDICIONES DE APROBACIÓN DE LA MATERIA

Las condiciones de aprobación se ajustan al reglamento de Enseñanza y Promoción (RCA Nº 080/2017) y a su modificación (RCA Nº 140/2019).

La asignatura puede aprobarse en carácter promocional o bien mediante examen final, considerando el rendimiento de los alumnos en el transcurso de la cursada.

- **Cumplir** con el **60%** de **asistencia**, como mínimo, computable sobre la totalidad de las clases efectivas (Artículo 18).
- **Aprobar exámenes Parciales / Integrador / Recuperatorio Global:**
 - Si en los **parciales** logra una nota, en promedio, mayor o igual a seis (6), y cumple con las actividades obligatorias, el alumno queda habilitado para acceder al examen Integrador.
 - Si en el **Integrador** logra una nota:
 - mayor o igual a seis (6), **PROMOCIONA** la materia.
 - menor a seis (6), queda como **REGULAR**, con nota de promedio de los parciales, habilitado para rendir el final.
 - Si logra una **nota, en promedio, menor a seis (6) pero mayor o igual que cuatro (4) y/o**

Programa aprobado por Resolución de Consejo Académico Nº 145/2022, de fecha 24 de agosto de 2022. Vigente hasta el 24 de agosto de 2025, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo.-

no logra cumplir con las actividades obligatorias queda habilitado para rendir examen final como alumno REGULAR.

- Si no queda encuadrado en los casos anteriores o se ausenta, en alguno de las evaluaciones sin justificación, tendrá la posibilidad de rendir un **recuperatorio global**.
 - Si obtiene una nota mayor o igual a cuatro (4) queda habilitado para rendir examen final en carácter de alumno REGULAR.
 - Si obtiene una nota menor a cuatro (4), queda con la materia y DESAPROBADA y deberá volver a cursarla.

La evaluación del alumno será permanente y formativa, en el sentido de brindar información necesaria para individualizar la marcha del aprendizaje y localizar los desvíos a fin de orientarlos hacia el objetivo previsto (Artículo 20).

Se deberá cumplimentar con la entrega y aprobación de los Trabajos Prácticos propuestos en la Asignatura, a través del respectivo Programa, en los casos que corresponda (Artículo 19).

Se utilizará la siguiente escala de calificaciones:

Puntos Porcentuales	Escala	Descripción
0	0 (cero)	Reprobado
01 a 20	1 (uno)	Aplazado
21 a 30	2 (dos)	Aplazado
31 a 49	3 (tres)	Aplazado
50 a 53	4 (cuatro)	Suficiente
54 a 59	5 (cinco)	Bueno
60 a 68	6 (seis)	Bueno
69 a 77	7 (siete)	Muy bueno
78 a 86	8 (ocho)	Muy bueno
87 a 95	9 (nueve)	Distinguido
96 a 100	10 (diez)	Sobresaliente

Nota de Cursada

Cada evaluación tendrá un peso porcentual en la formación de la nota de cursada.

Concepto	Regular	Promoción
Parcial/es – Recuperatorio	100 %	60 %
Examen Integrador	-----	40 %
TOTAL	100 %	100 %

Tendrá vigencia el programa del año en curso.

10. CONTENIDOS A REVALIDAR

Esta asignatura tiene como objetivo introducir a los alumnos en el mundo de las Operaciones y fundamentalmente en el conocimiento de una Cadena de Suministros y en la forma que actúan o debieran actuar para un desarrollo eficiente.

Es por este motivo que no hay contenidos específicos que deban revalidar debido a cuestiones de actualidad o relevancia profesional. No obstante debieran hacerlo con respecto a los contenidos que difieran del programa vigente al momento de la cursada.

11. BIBLIOGRAFÍA

● **Bibliografía obligatoria**

- BALLOU R.H., 2004. “Logística”. Ed. Pearson, 5ta. Edición.
- BOLUMOLE Y., KNEMEYER M., LAMBERT D. 2003."The Customer Service Management Process", The International Journal of Logistics Management, Vol. 14 ISS 2 pp. 15 – 31.
- CHASE, R., AQUILANO, N., JACOBS, R. 2000. Administración de Producción y Operaciones. Manufactura y Servicios, Irwin-Mc Graw Hill. 8va. edición.
- CHAPMAN, S. 2006. “Planificación y Control de la Producción”. Pearson Prentice Hall.
- CROXTON K., L., LAMBERT D., M., GARCÍA-DASTUGUE S., J. and DALE S. ROGERS. “The Demand Management Process”, publicado en The International Journal of Logistic Management, Vol 13 ISS 2 pp. 51-66
- CROXTON K. L. El proceso de cumplimiento de órdenes. Ohio State University.
- GOLDSBY T. J., GARCÍA-DASTUGUE S. J. 2003.The Manufacturing Flow Management Process. The International Journal of Logistics Management, Vol. 14 ISS 2 pp. 33 – 52.
- LAMBERT D. M., 2009. Customer Relationship Management as a Business Process. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 25 ISS 1 pp. 4 - 17.
- LAMBERT, D. 2008. Supply Chain Management, Processes, Partnership, Performance. 3rd. Edition.
- LAMBERT D. M., 2009. Customer Relationship Management As a Business Process. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 25 ISS 1 pp. 4 – 17

- LAMBERT D. M. AND SCHWIETERMAN M. A. Gestión de las relaciones con proveedores como un macroproceso de negocio. Departamento de Marketing y Logística, Fisher Collage of Business, The Ohio State University, Columbus, Ohio, USA.
- ROGERS, D.LAMBERT, D. CROXTON, K. AND GARCIA DASTUGUE, S. 2002. "The Return Management". The International Journal of Logistics Management, Vol 13 ISS 2, pp 1-18.
- ROGERS, D. LAMBERT, D, M, KNEMEYER, M., 2004 "The Product Development and Commercialization Process", The International Journal of Logistics Management, Vol. 15 Issue: 1, pp.43-56,
- <https://doi.org/10.1108/09574090410700220>
- VOLLMANN, T. E., BERRY, W. L., JACOBS F. R. y WHYBARK D. C. 2005. "Planeación y control de la producción - Administración de la cadena de suministros". Editorial MCGRAW-HILL. 5ta Edición.

PLAN DE ACTIVIDADES PERÍODO LECTIVO 2022

Semana	TEMA A DESARROLLAR	ACTIVIDADES PROGRAMADAS		BIBLIOGRAFÍA
		Sincrónicas	Asincrónicas	
1	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la Materia • Introducción a SCM. • Proceso de Gestión de la Relación con clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cadena de Suministros. Logística. Referencia a los 8 procesos de la SCM. • Desarrollo de conceptos teóricos. • Presentación de ejemplos. Casos 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de ejemplos, casos • Foro de intercambio de ideas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Materia. • Cronograma de la Materia. • Material de Cátedra Operaciones • Lambert D. M 2008. <i>Supply Chain Management: Processes, Partnerships, Performance</i>. Tercera edición, Sarasota, FL: Supply Chain Management Institute. • Bolumole Y., Knemeyer M., Lambert D. 2003. "The Customer Service Management Process". <i>The International Journal of Logistics Management</i>, Vol. 14 Iss 2 pp. 15 – 31.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de Gestión de la Relación con clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto. Composición. • Desarrollo de casos y ejemplos 	<ul style="list-style-type: none"> • Infografías. • Actividades de reconocimiento del proceso. • Autoevaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lambert D. M., 2009. <i>Customer Relationship Management As a Business Process</i>. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>, Vol. 25 Iss 1 pp. 4 - 17
3	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de Servicio al Cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Integración del Proceso en el enfoque de SCM. • Concepto. Composición. Actividades que involucra. • Actividades de reconocimiento del proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Foro de intercambio de ideas. • Autoevaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lambert D. M., 2009. <i>Customer Relationship Management As a Business Process</i>. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>, Vol. 25 Iss 1 pp. 4 - 17
4 y 5	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de Gestión de la Demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de planificación de demanda. Pronósticos. Ejemplos de proyecciones de demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planteo de situaciones disparadoras. • Foro de intercambio de ideas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Croxton K., Lambert D., and García-Dastugue S., J. 2002 <i>The Demand Management Process</i>. Volume 13, Number 2. Página 51. The Ohio State University Dale S. Rogers University of Nevada Reno

Programa aprobado por Resolución de Consejo Académico N° 145/2022, de fecha 24 de agosto de 2022. Vigente hasta el 24 de agosto de 2025, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo.-

			<ul style="list-style-type: none"> Autoevaluación. 	
--	--	--	---	--

PLAN DE ACTIVIDADES PERÍODO LECTIVO 2022

Semana	TEMA A DESARROLLAR	ACTIVIDADES PROGRAMADAS		BIBLIOGRAFÍA
		Sincrónicas	Asincrónicas	
6 y 7	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de Gestión del Flujo de Producción 	<ul style="list-style-type: none"> Integración del proceso disparado vía plataforma. Discusión de las alternativas de solución de SOP. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de ejemplos, casos. Videos. Foro de intercambio de ideas. Autoevaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> Croxton K., Lambert D., and García-Dastugue S., J. 2002 <i>The Demand Management Process</i>. Volume 13, Number 2. Página51. The Ohio State University Dale S. Rogers University of Nevada, Reno Croxton K., Lambert D., and García-Dastugue S., J. 2002 <i>The Demand Management Process</i>. Volume 13, Number 2. Página51. The Ohio State University Dale S. Rogers University of Nevada, Reno Chapman, S. N. 2006. <i>Planificación y Control de la Producción</i>. Pearson Educación. México. Chase R. B., Aquilano N. J., Jacobs F.R. 2000. <i>Administración de Producción y Operaciones. Manufactura y Servicios</i>. Irwin-Mc Graw Hill (8va. edición). Goldsby T. J., García-Dastugue S. J. 2003. <i>The Manufacturing Flow Management Process</i>. The International Journal of Logistics Management, Vol. 14 Iss 2 pp. 33 – 52. Lambert, D. 2008. <i>Supply Chain Management, Processes, Partnership, Performance</i>. 3rd. Edition.
8	PRIMER PARCIAL			
9	SEMANA DE EXAMENES FINALES CON SUSPENSIÓN DE CLASES			

Programa aprobado por Resolución de Consejo Académico N° 145/2022, de fecha 24 de agosto de 2022. Vigente hasta el 24 de agosto de 2025, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo.-

10 y 11	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de Gestión del Cumplimiento de Órdenes 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de casos abordados. Presentación de ejemplos y discusión. 	<ul style="list-style-type: none"> Videos disparadores Foro de intercambio de ideas. Autoevaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> Croxton K. L. El proceso de cumplimiento de órdenes. Ohio State University. Lambert D. M., and Schwieterman M. A. <i>Gestión de las relaciones con proveedores como un macroproceso de negocio</i>. Departamento de Marketing y Logística, Fisher Collage of Business, The Ohio State University, Columbus, Ohio, USA.
---------	--	---	---	---

PLAN DE ACTIVIDADES PERÍODO LECTIVO 2022

Semana	TEMA A DESARROLLAR	ACTIVIDADES PROGRAMADAS		BIBLIOGRAFÍA
		Sincrónicas	Asincrónicas	
12	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de la Gestión de relaciones con proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de ejemplos, casos. Presentar las alternativas de matrices desarrolladas. 	<ul style="list-style-type: none"> Disparadores de tipos de proveedores. Desarrollar ejemplos de gestión de proveedores con matrices. Foro de intercambio de ideas. Autoevaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> Lambert D. M., and Schwieterman M. A. <i>Gestión de las relaciones con proveedores como un macroproceso de negocio</i>. Departamento de Marketing y Logística, Fisher Collage of Business, The Ohio State University, Columbus, Ohio, USA.
13	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de Desarrollo de producto y comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> Explicación del proceso y construcción de ejemplos. 	<ul style="list-style-type: none"> Foro de intercambio de ideas. 	<ul style="list-style-type: none"> Lambert D. M., D, M, Knemeyer, M., 2004 "The Product Development and Commercialization Process", The Lambert D. M., and Schwieterman M. A. <i>Gestión de las relaciones con proveedores como un macroproceso de negocio</i>. Departamento de Marketing y Logística, Fisher Collage of Business, The Ohio State University, Columbus, Ohio, USA.
14	SEGUNDO PARCIAL			

Programa aprobado por Resolución de Consejo Académico N° 145/2022, de fecha 24 de agosto de 2022. Vigente hasta el 24 de agosto de 2025, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo.-

15	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de Devoluciones 	<ul style="list-style-type: none"> Explicación del proceso y construcción de ejemplos. 	<ul style="list-style-type: none"> Foro de intercambio de ideas. Videos explicativos. 	<ul style="list-style-type: none"> Lambert D. M., and Schwieterman M. A. <i>Gestión de las relaciones con proveedores como un macroproceso de negocio.</i> Departamento de Marketing y Logística, Fisher Collage of Business, The Ohio State University, Columbus, Ohio, USA.
16	INTEGRADOR/RECUPERATORIO GLOBAL			

Programa aprobado por Resolución de Consejo Académico N° 145/2022, de fecha 24 de agosto de 2022. Vigente hasta el 24 de agosto de 2025, o hasta que se apruebe una nueva versión del mismo.-