



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Curso Experto en Gestión Empresarial y Herramientas de Desarrollo Humano (RRHH)***

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# ***Curso Experto en Gestión Empresarial y Herramientas de Desarrollo Humano (RRHH)***

**duración total:** 450 horas

**horas teleformación:** 225 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## ***descripción***

El mercado laboral demanda profesionales con conocimientos en gestión empresarial que posean una visión global e integral de la empresa y su funcionamiento de forma que sean capaces de mejorar su competitividad. Curso Experto en Gestión empresarial y Herramientas de Desarrollo Humano (RRHH) permite al alumno adquirir capacidades de análisis y diagnóstico, ser capaz de generar pensamiento estratégico, poder definir los factores de competitividad de su negocio, entender el papel de la innovación y la tecnología, crear las políticas de marketing y del capital humano.



## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Comprender el funcionamiento de la empresa y la organización empresarial.
- Analizar el entorno económico y como puede afectar a la empresa.
- Adquirir competencias para realizar un estudio de mercado.
- Definir un perfil estratégico empresarial con el que detectar la relación entre el producto y el mercado.
- Implantar en la empresa el modelo de gestión de Recursos Humanos que más se adapte a las necesidades de la misma.
- Detectar las necesidades de capacitación y desarrollo del recurso humano por competencias.

## *para qué te prepara*

El Curso Experto en Gestión empresarial y Herramientas de Desarrollo Humano (RRHH) te proporciona una visión profunda sobre las diferentes partes que componen una empresa, que es necesario conocer al detalle para una correcta gestión empresarial. Te prepara para llevar a cabo la planificación de la actividad de la empresa, conociendo el proceso y los principios fundamentales en la elaboración y desarrollo de un Plan de Empresa, insistiendo en cuestiones como la elaboración de un estudio de mercado, planificación en el área de gestión comercial, marketing y producción, así como en la gestión estratégica del talento.

## *salidas laborales*

Curso Experto en Gestión empresarial y Herramientas de Desarrollo Humano (RRHH) ha sido diseñado tanto para titulados universitarios como para profesionales del sector que quieran recibir una formación especializada y orientar su carrera profesional hacia esta actividad laboral.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General



MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## *metodología*

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## *materiales didácticos*

- Manual teórico 'Almacenaje, inventarios y gestión de stock'
- Manual teórico 'Brand Management. Creación y Gestión de marcas'
- Manual teórico 'Dirección de Operaciones'
- Manual teórico 'Gestión del Talento'
- Manual teórico 'Gestión empresarial: Marketing y Comercialización'
- Manual teórico 'Dirección Estratégica de la Empresa, Técnicas de Gestión y Organización empresarial, Ma
- Manual teórico 'Logística en la Empresa'





## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "Guía del Alumno" entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM



**programa formativo**

## **MÓDULO 1. GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL TALENTO**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH**

1. Conceptualización: Dirección de los recursos humanos como una actividad estratégica
2. Perspectivas en la Dirección Estratégica de los RRHH
  - 1.- Perspectiva universalista
  - 2.- Perspectiva contingente
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de RRHH
4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
  - 1.- Modelo de la Escuela de Michigan
  - 2.- El modelo de la Escuela de Harvard
  - 3.- El modelo de la Escuela de Warwick
  - 4.- El modelo de Lengnick-Hall y Lengnick-Hall
5. Proceso de Dirección Estratégica de Recursos Humanos (DERRHH)
6. Barreras a la Dirección Estratégica de Recursos Humanos (DERRHH)
7. Videotutorial: La planificación estratégica

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. RRHH: PLAN ESTRATÉGICO**

1. Fijación de objetivos estratégicos de RRHH: Método de cascada
  - 1.- Método de cascada
2. Identificación de estrategias de RRHH dentro de una organización
3. Estrategias genéricas de la compañía y definición de estrategias de RRHH
4. Criterios y métodos de selección de estrategias de RRHH
5. Establecimiento y ejecución del plan estratégico de RRHH
6. El cuadro de mando de RRHH: el CMI
  - 1.- Construcción del Cuadro de Mando
  - 2.- La perspectiva financiera
  - 3.- La perspectiva del cliente
  - 4.- Perspectiva interna
  - 5.- Perspectiva de aprendizaje
  - 6.- El cuadro de mando del departamento de RRHH

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL PUESTO DE TRABAJO**

1. Introducción a la evaluación del desempeño
2. Utilidad de la evaluación del desempeño
  - 1.- Fases de evaluación del desempeño
3. Programas de evaluación del desempeño del puesto de trabajo
4. Métodos de valoración de puestos de trabajo y sistemas de promoción: Método de puntuación, método de comparación de factores; método de jerarquización y método de graduación o clasificación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL TALENTO EN LOS RRHH**

1. La importancia de la Gestión del Talento en los RRHH
  - 1.- ¿Qué es el Talento?
  - 2.- La Ley de la Fractura
2. La tercera Revolución del Conocimiento
  - 1.- Seleccionar el Talento
3. ¿Cómo gestionar el talento?
  - 1.- ¿Dónde buscar el Talento?
  - 2.- ¿Cuáles son las razones por las que un profesional desearía trabajar en una compañía?
  - 3.- La Retribución Emocional
  - 4.- Atracción del Talento
  - 5.- Proceso de Acogida al Profesional con Talento

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. EMPLOYER BRANDING

### 1.Aspectos básicos para el Employer Branding

- 1.- El centro son las personas
- 2.- La propuesta de valor
- 3.- Employee Experience Journey Mapping
- 4.- Plan de Acción

### 2.Atracción y retención de talento

### 3.Pilares para la atracción y retención de talento

- 1.- Comprender a los empleados
- 2.- Optar por el liderazgo
- 3.- Proporcionar los suficientes recursos
- 4.- Aplaudir el esfuerzo y recompensar la contribución
- 5.- No desmotivar al empleado
- 6.- Implantar el respeto
- 7.- Cultivar confianza
- 8.- Difundir la cultura corporativa
- 9.- Decir la verdad

### 4.La gestión del conocimiento

- 1.- Principios de la gestión del conocimiento
- 2.- Objetivos y proceso de la gestión del conocimiento

### 5.Atracción y retención de talento en la era digital

### 6.Errores más comunes que se comenten cuando una empresa plantea gestionar una marca como empleador

- 1.- “Nunca he tenido problemas con mi marca en el mercado”
- 2.- “Con la buena marca de mi producto es suficiente”

### 7.Ejercicio resuelto: Grupo VIPS

### 8.Ejercicio resuelto: L'OREAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. MOTIVACIÓN EN EL ENTORNO EMPRESARIAL

### 1.Teorías de la motivación: teorías de contenido y teorías de proceso

- 1.- Teorías de contenido: Maslow, Mc.Gregor, Herzberg, Aldefer, Mc- Clelland, otros autores
- 2.- Teorías de proceso: Vroom, Adamas, Skinner

### 2.Tipos de motivación y estándares de eficacia

- 1.- Motivación Individual
- 2.- Motivación Colectiva
- 3.- Motivación económica
- 4.- Motivación no dineraria

### 3.El Burnout

### 4.Causas del Burnout

### 5.Consecuencias del Burnout

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DEL TALENTO Y EN SU APLICACIÓN

### 1.Gestión del talento: competencias

### 2.Diferenciación de competencias para el talento

### 3.Aplicaciones del modelo de competencias

- 1.- A nivel internacional

### 4.Competencias y generación de valor

### 5.Detección de necesidades de capacitación y desarrollo del recurso humano por competencias

### 6.El área de talento humano

# MÓDULO 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA, TÉCNICAS DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, MARKETING, RR.HH Y LIDERAZGO

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

- 1.Las PYMES como organizaciones.
- 2.Liderazgo.
- 3.Un nuevo talante en la Dirección.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO**

- 1.Introducción.
- 2.Utilidad del Plan de Empresa.
- 3.La Introducción del Plan de Empresa.
- 4.Descripción del negocio. Productos o servicios.
- 5.Estudio de mercado.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN**

- 1.Plan de Marketing.
- 2.Plan de Producción.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS**

- 1.Infraestructuras.
- 2.Recursos Humanos.
- 3.Plan Financiero.
- 4.Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
- 5.Estructura legal. Forma jurídica.

### **MÓDULO 3. GESTIÓN EMPRESARIAL: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING**

- 1.Concepto de Marketing
- 2.El Marketing empresarial
- 3.Marketing estratégico
- 4.Marketing operativo
- 5.Marketing-mix

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ENTORNO: DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE**

- 1.El entorno de las organizaciones
- 2.El mercado: Concepto y delimitación
- 3.El mercado de bienes de uso: consumo frecuente y consumo duradero
- 4.El mercado industrial: el producto
- 5.El mercado de servicios: características y estrategias

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

- 1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
- 2.Segmentación eficaz: Criterios y requisitos de segmentación de mercados de consumo e industriales
- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA**

- 1.Introducción: análisis de la demanda y segmentación
- 2.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 3.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 4.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca: matriz variable de marca
- 5.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES**

- 1.Estudio del comportamiento de compra
- 2.Los condicionantes del comportamiento de compra de los consumidores: Factores internos y externos
- 3.Comportamiento de compra: Roles , tipos y etapas

4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ANUNCIANTE EN LA RED**

- 1.Visibilidad e imagen de la empresa en la red
- 2.Reputación online y confianza
- 3.Identidad digital: determinación de unos rasgos propios
- 4.E-reputación ¿Cómo recuperar la reputación dañada?
- 5.Principales herramientas e indicadores para conocer la satisfacción de los clientes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL MERCADO DIGITAL: USUARIOS Y E-CONSUMER**

- 1.Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
- 2.Introducción al comercio electrónico
- 3.Clasificar a los compradores: Prosumer y Crossuser
- 4.El comportamiento de los usuarios de Internet
- 5.Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS REDES SOCIALES COMO ELEMENTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL**

- 1.Marketing en Redes Sociales, el Social Media Marketing
- 2.Social Networking en la estrategia corporativa de la empresa
- 3.Tipos de redes sociales: Conectarnos
- 4.Redes sociales: ventajas y desventajas para el usuario
- 5.Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
- 6.Importancia y repercusión de las redes sociales
- 7.Las redes sociales como intercambio constante de información
- 8.Redes sociales en dispositivos móviles

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. CRM EN EL MEDIO ONLINE**

- 1.Marketing de relaciones
- 2.Del CRM al e-CRM
- 3.Estrategia de atención al cliente
- 4.Optimización en la gestión del marketing relacional
- 5.Real time management
- 6.Social CRM y generación de leads

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA**

- 1.Presentación y demostración del producto/servicio
- 2.Demostraciones ante un gran número de clientes
- 3.Argumentación comercial
- 4.Técnicas para la refutación de objeciones
- 5.Técnicas de persuasión a la compra
- 6.Ventas cruzadas
- 7.Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
- 8.Técnicas de comunicación no presenciales

## **MÓDULO 4. BRAND MANAGEMENT. CREACIÓN Y GESTIÓN DE MARCAS**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? DEFINICIÓN E INTEGRANTES**

- 1.La imagen de marca
- 2.Personalización y categoría como fundamento de la marca

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE LA MARCA: PROCESO DE GESTIÓN**

- 1.La planificación estratégica
- 2.Brand equity o el valor de marca: definirnos y posicionarnos
- 3.Reputación corporativa: Marcas corporativas y marcas producto

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN DE LA MARCA**

- 1.Comunicación con Métodos tradicionales
- 2.Comunicación en el Medio Online
- 3.La imagen como comunicadora

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESO DE CREACIÓN DE MARCAS**

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca 3.0
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight.
8. El packaging como motivo de compra
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

### **MÓDULO 5. DIRECCIÓN DE OPERACIONES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN DE OPERACIONES**

1. Administración de Operaciones: Introducción
2. Evolución de la Dirección de Operaciones
3. Planificación Estratégica y Planificación Empresarial
4. La dirección y el subsistema de operaciones
5. Objetivos de la Dirección de Operaciones
6. Estrategias de operaciones: visión general
7. Plan Estratégico de Operaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PREVISIÓN DE LA DEMANDA**

1. La Previsión de la Demanda
2. El Espacio temporal y la Demanda
3. El Ciclo de Vida del Producto: estrategias de consolidación
4. Tipología de Previsiones de la Demanda: Económicas, Tecnológicas y del Mercado
5. Previsión de la Demanda: Objetivos y etapas
6. Métodos de Previsión
7. Ejemplo resuelto: Previsión de la demanda

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUESTIONES ESTRATÉGICAS I: LA PRODUCCIÓN**

1. La función productiva en la Organización
2. Estructura Organizativa de la Producción
3. Tipos de Modelos Productivos
4. Producción Orientada al Proceso
5. Producción Orientada al Producto
6. Producción Bajo Pedido

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUESTIONES ESTRATÉGICAS II: DISEÑO DE PROCESOS Y PRODUCTOS**

1. Selección y diseño del producto
2. Eficacia y excelencia en el diseño
3. Diseño y desarrollo de nuevos productos
4. Procesos de Configuración en Línea (Flow Shop)
5. Procesos de Configuración Job-Shop
6. Procesos de configuración Continua
7. Tecnología Relacionada

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUESTIONES ESTRATÉGICAS III: LOCALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES**

1. La decisión estratégica de la localización
2. Métodos de selección de un emplazamiento
3. Ejercicio resuelto: Otros criterios de decisión
4. Análisis de la Localización
5. Tendencias en Localización
6. Distribución en Planta y Diseño del Puesto de Trabajo



- 7.La función de Mantenimiento
- 8.Ejercicios resueltos: Distribución de plantas y Mantenimiento de Instalaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA CALIDAD**

- 1.Concepto de Calidad
- 2.Definiciones de Calidad
- 3.El Papel de la Calidad en las Organizaciones
- 4.Vertiente económica: Costes y Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad
- 5.La Dirección y la Gestión de la Calidad
- 6.Elementos de la Gestión de la Calidad
- 7.Diseño y Planificación de la Calidad
- 8.El Bechmarkin y la Reingeniería de Procesos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. CUESTIONES TÁCTICAS I: GESTIÓN DE INVENTARIOS Y DE LA CADENA DE SUMINISTROS**

- 1.Inventarios de Demanda independiente
- 2.Inventarios de Demanda dependiente (MRP y DRP)
- 3.Sistemas Just in Time
- 4.La Gestión de Operaciones y la Cadena de Suministro
- 5.Visión Estratégica de la Cadena de Suministro

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. CUESTIONES TÁCTICAS II: PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE PROYECTOS**

- 1.Gestión de Proyectos
- 2.Dirección en la Ejecución de proyectos
- 3.Habilidades, competencias y conocimientos para la dirección de proyectos
- 4.Conceptos relacionados con la organización en la dirección de proyectos
- 5.Procesos de Inicio, Planificación, Ejecución, Control y Cierre

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS BÁSICAS PARA EL CONTROL DE PROYECTOS**

- 1.Introducción a las herramientas básicas para el control de proyectos
- 2.Gráficos o diagramas de Gantt
- 3.Gráficos de redes: PERT/CPM

## **MÓDULO 6. LOGÍSTICA Y CONTROL DE ALMACÉN**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. LOGÍSTICA EN LA EMPRESA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOGÍSTICA EMPRESARIAL**

- 1.Introducción a la logística
- 2.El flujo de bienes y servicios
- 3.Servicio al cliente y logística
- 4.Logística, integración y estrategia
- 5.El sistema logístico
- 6.Internacionalización de la empresa
- 7.Optimización de la corriente de bienes y servicios
- 8.Documentación de la logística

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ALMACÉN EN LA CADENA LOGÍSTICA**

- 1.El almacén en la cadena logística: Introducción
- 2.Funciones del almacén
- 3.Principales áreas del almacén
- 4.Tipos de almacenes
- 5.Regímenes de almacenamiento comercial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. APROVISIONAMIENTO COMERCIAL**

- 1.Logística de aprovisionamiento
- 2.El proceso de aprovisionamiento
- 3.Métodos de aprovisionamiento

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS MERCANCÍAS**

- 1.Las mercancías: características

2. Envasados usuales
3. Selección, clasificación y manipulación de las mercancías

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. ENTRADA DE MERCANCÍAS**

1. Entrada de la mercancía
2. Etiquetado e identificación de mercancías
3. Tratamiento por rotura o desperfectos de las mercancías

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRUCTURA DEL ALMACÉN**

1. Función de almacenaje
2. Métodos de asignación de zonas de almacenaje
3. Separación o clasificación de los paquetes
4. Almacenamiento de productos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRATAMIENTO DE LAS MERCANCÍAS PARA SU EXPEDICIÓN**

1. El tratamiento de las mercancías para su expedición: Introducción
2. Salida de las mercancías
3. El muelle de carga

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA CARGA Y EL TRANSPORTE**

1. Carga del elemento de transporte: Introducción
2. Métodos de carga en los muelles
3. La carga del vehículo
4. Precintado del vehículo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. SOSTENIMIENTO BÁSICO DEL ALMACÉN**

1. Sostenimiento del almacén: Introducción
2. Productos utilizados para la limpieza y desinfección del almacén
3. Limpieza y desinfección del almacén
4. Limpieza y desinfección de equipos y maquinaria utilizados

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL CASO MERCADONA: EL GIGANTE LOGÍSTICO**

1. Mercadona: el gigante logístico
2. Proveedores
3. Centros logísticos
4. Supermercados
5. Clientes
6. Transporte
7. Productos

### **UNIDAD FORMATIVA 2. ALMACENAJE, INVENTARIOS Y GESTIÓN DE STOCK**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FUNCIÓN DEL ALMACÉN**

1. Conceptualización de almacén
2. Proceso y tipos de almacenamiento
3. Tipología de artículos y de cargas de trabajo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOGÍSTICA EMPRESARIAL**

1. Inicios de la logística empresarial
2. Concepto de logística
3. Función logística en la empresa
4. Centros logísticos y su clasificación
5. Proceso logístico Just in time
6. Tipos de almacén según su función logística
7. Entrada, salida y control en almacén
8. Definición y clasificación de stocks
9. Principales procedimientos de almacenaje

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOLOGÍA DE ALMACENES**

1. Clasificación por tipo de mercancía almacenada
2. Clasificación por sistema logístico

3. Clasificación por régimen jurídico
4. Clasificación por estructura
5. Clasificación por grado de automatización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL ALMACÉN**

1. Zona de ubicación
2. Actividad interna
3. Distribución del almacén

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. CÁLCULO PARA LA GESTIÓN DE COSTES DE INVENTARIO**

1. Los costes en la gestión de inventarios
2. Costes de mantenimiento y almacenaje
3. Costes para lanzamiento
4. Costes de adquisición de materias primas y productos terminados
5. Costes de rotura de stock

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROCESO DE REAPROVISIONAMIENTO DE PEDIDOS**

1. Introducción al reaprovisionamiento
2. Principales modelos de aprovisionamiento
3. Tipos de demanda y nivel de servicio
4. Modelos para cálculo de tamaño óptimo de pedidos
5. El punto de pedido en el modelo de reaprovisionamiento continuo
6. Sistema de reaprovisionamiento periódico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTROL DE STOCKS**

1. Introducción al control de stocks
2. Clases de medidas de stocks
3. Materiales que conforman el inventario
4. Formas de recuento de stocks

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS PARA LA GESTIÓN DE INVENTARIOS**

1. Introducción al reaprovisionamiento con demanda programada
2. Casos y desarrollo del reaprovisionamiento con demanda programada
3. Método DRP
4. Ejemplos de aplicación en técnicas DPR

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROCESOS DE SIMULACIÓN DINÁMICA EN REAPROVISIONAMIENTO**

1. Introducción las técnicas de simulación dinámica de sistemas
2. Metodología en dinámica de sistemas
3. Características propias en procesos reales
4. Clasificación del sistema logístico desde la perspectiva dinámica
5. Simbología de los sistemas dinámicos
6. Programas para la simulación de sistemas dinámicos
7. Ejemplo de utilización de las herramientas de simulación