

PROGRAMA  
ACADÉMICO

LICENCIATURA  
EN RELACIONES  
COMERCIALES

UNIDAD DE  
APRENDIZAJE:

CANALES DE  
DISTRIBUCIÓN Y  
LOGÍSTICA



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
SECRETARÍA ACADÉMICA  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



PROGRAMA SINTÉTICO

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales.

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Canales de Distribución y Logística. NIVEL: IV

**PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:**

Diseña estructuras de distribución, comercialización y logística de un producto y/o servicio, tomando en cuenta su punto de fabricación y/o generación hasta su consumo.

**CONTENIDOS:**

- I. Evolución de los Canales de Distribución.
- II. La Estructura del Canal de Distribución.
- III. Los Modelos de Decisión.
- IV. Tendencias de la Distribución.
- V. Operaciones Logísticas en la Cadena de Suministro.

**ORIENTACIÓN DIDÁCTICA:**

El constructivismo rige actualmente las actividades educativas, es por ello que la metodología de enseñanza empleada en esta unidad de aprendizaje es desarrollada bajo este enfoque. El estudiante construirá su propio conocimiento y reflexionará sobre el mismo, se llevará a cabo diversas estrategias en forma individual y trabajo colectivo que nos lleve al aprendizaje colaborativo a través de búsqueda de información, sesiones plenarias, mapas conceptuales, cuadros sinópticos y el desarrollo de casos prácticos por unidad temática que permitan al estudiante obtener las competencias generales y específicas de la presente unidad de aprendizaje. El profesor asumirá funciones de facilitador, orientador y asesor de las actividades desarrolladas dentro de su proceso de aprendizaje.

**EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:**

Se aplicará una evaluación diagnóstica al iniciar el semestre, con el propósito de valorar los conocimientos previos del estudiante. Además se tendrá una evaluación formativa que incluye la integración del portafolio de evidencias. Para la acreditación de la unidad de aprendizaje se llevará a cabo una evaluación sumativa mediante la resolución de un caso práctico en donde diseñe estructuras de distribución, comercialización y logística de un producto y/o servicio.

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por:

- Competencia demostrada durante las dos primeras semanas a partir del inicio del curso y se evaluará mediante el desarrollo de un caso práctico, donde se observe que posee un mínimo del 80% del dominio de la competencia que consiste en el diseño de las estructuras de distribución, comercialización y logística de un producto y/o servicio tomando en cuenta su punto de fabricación y/o generación hasta su consumo.
- Cursarse en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan convenio con el IPN.
- Movilidad entre las ESCA de acuerdo a la capacidad de atención de cada unidad académica.
- Movilidad entre modalidades escolares de acuerdo a la capacidad de atención.

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Ballou, Ronald H., Logística: Administración de la Cadena de Suministro. Editorial, Pearson, México 2005 5ta. Edición. 816 págs. ISBN: 970-26-0540-7
- Diez de Castro, Enrique Carlos. Distribución Comercial. Editorial Mc Graw Hill España 2005 3ra. Edición. 504págs. ISBN: 84-481-40-74-5.
- Pelton, Lou. Canales de Marketing y Distribución Comercial. Editorial, Mc Graw Hill, México 2005 2da. Edición. 580 págs. ISBN: 970-10-5089-4.
- Soret, Ignacio. Logística Comercial y Empresarial. Editorial ESIC, España 2006 4ta.edición. 413 págs. ISBN: 8473563794
- Stern, Louis W. Canales de Comercialización. Editorial Prentice Hall. España 2006. 5ta. Edición. 510 págs. ISBN: 84-8322-037-7

**PÁGINAS WEB:**

- <http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>, mayo 2010.
- <http://www.marketing-xxi.com/trade-marketing-64.htm>, mayo 2010.
- <http://www.economia.gob.mx/work/sneci/exporta/comoexpo/guias/basica/4-2.htm>, mayo 2010.



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**  
**SECRETARÍA ACADÉMICA**  
**DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR**



**UNIDAD ACADÉMICA:** ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN, UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN  
**PROGRAMA ACADÉMICO:** Licenciatura en Relaciones Comerciales  
**PROFESIONAL ASOCIADO:** En Comercialización  
**ÁREA FORMATIVA:** Profesional  
**MODALIDAD:** Presencial

**UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Canales de Distribución y Logística.  
**TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Técnico-Práctica y Obligatoria  
**VIGENCIA:** 2010  
**NIVEL:** IV  
**CRÉDITOS:** 6.00 Tecic (4.10 SATCA)



**INTENCIÓN EDUCATIVA**

El contar con el producto requerido en el momento y lugar adecuado es de suma importancia para crear un posicionamiento favorable y leal; ya que cuando se busca el satisfactor y éste no se encuentra o está maltratado, lo más probable es que el cliente/consumidor adquiera un sustituto, desperdiciando así todos los esfuerzos de desarrollo, precio y promoción que se hayan hecho. Bajo este contexto recae la importancia de esta Unidad de Aprendizaje, ya que el Licenciado en Relaciones Comerciales tendrá la responsabilidad de diseñar y seleccionar canales de marketing adecuados para cada producto, evitando que éste pierda sus bondades; tomando en cuenta su naturaleza, ciclo de vida y condiciones para ser trasladado.

Las competencias específicas que desarrollará el estudiante al terminar la unidad de aprendizaje serán:

- Analiza la evolución de los canales de distribución acorde a los procesos comerciales que ha habido a lo largo de la historia en diferentes mercados nacionales e internacionales..
- Analiza la composición de los canales mayorista y detallista tomando en cuenta la naturaleza del producto y/o servicio adecuando la distribución de éstos en una organización.
- Diseña modelos de distribución con base en la comercialización de un producto y las necesidades comerciales que tiene una organización.
- Integra tendencias de distribución a los modelos de comercialización con base en las necesidades de los intermediarios de una organización.

Esta unidad de aprendizaje se relaciona de forma vertical descendente con las siguientes unidades de aprendizaje del área institucional: Comunicación Oral y Escrita y Tecnologías de Información y Comunicación; en el área Científico Básico: Fundamentos de Administración, Fundamentos de Mercadotecnia, Matemáticas para Negocios, con el área profesional con Introducción a la Venta, Sistema de Información de Mercadotecnia, Costos de Comercialización, Técnicas y Habilidades de Venta, Venta Especializada y Mercadotecnia Analítica. De forma horizontal con el área profesional: Compras, Medios Promocionales de Venta, Aplicaciones de Informática Comercial y con el área terminal y de integración con: Administración de Ventas. De forma vertical ascendente con el área terminal y de integración: Dirección Estratégica Comercial, Administración de Productos y Servicios y Taller de Desarrollo de Negocios.

**PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Diseña estructuras de distribución, comercialización y logística de un producto y/o servicio, tomando en cuenta su punto de fabricación y/o generación hasta su consumo.

**TIEMPOS ASIGNADOS**

**HORAS TEORÍA/SEMANA:** 2  
**HORAS PRÁCTICA/SEMANA:** 2  
**HORAS TEORÍA/NIVEL:** 36  
**HORAS PRÁCTICA/NIVEL:** 36  
**HORAS TOTALES/NIVEL:** 72

**UNIDAD DE APRENDIZAJE  
 REDISEÑADA POR:**

Academias de Ventas y Distribución de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

**REVISADA POR:**

Subdirección Académica de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

**APROBADA POR:** Consejo Técnico Consultivo Escolar de la ESCA

Unidades Santo Tomás y Tepepan.

Presidentes: C.P. Norma Cano Ojeda y

C.P.C y M. en C. Jaime V. Sanchis

Cuevas.



**AUTORIZADO POR:** Comisión de Programas Académicos del Consejo General Consultivo del IPN.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
 DIRECCIÓN  
 Ing. Rodrigo de Jesús Serrano Domínguez.  
 Secretario Técnico de la Comisión de Programas Académicos.

24



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA

### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Canales de Distribución y Logística.

HOJA: 3

DE 10

**N° UNIDAD TEMÁTICA:** I

**NOMBRE:** Evolución de los Canales de Distribución.

#### UNIDAD DE COMPETENCIA

Analiza la evolución de los canales de distribución acorde a los procesos comerciales que ha habido a lo largo de la historia en diferentes mercados nacionales e internacionales.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
1.1	Definición e historia de los Canales de Distribución.	1.0	1.0	2.0	3B, 6C, 7B
1.1.1	Evolución de la logística y la cadena de suministro.				
1.2	Globalización Comercial y los Tratados de Libre Comercio.	1.0	2.0	2.0	
1.2.1	En América: TLCAN.				
1.2.2	En Europa: TELECUEM.				
1.2.3	En Asia: México-Japón.				
1.3	La clasificación de los Canales de Distribución: mercado agropecuario, industrial, de consumo y servicios.	1.0	1.0	2.0	
1.3.1	Determinación de los niveles de canal.			1.0	
Subtotales por Unidad Temática:		3.0	4.0	7.0	

#### ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Búsqueda de información de manera individual acerca de los temas de la unidad.
- Elaboración en equipo de una línea del tiempo acerca de "La evolución del comercio y distribución", basados en la investigación anterior.
- Elaboración por equipo de un cuadro sinóptico acerca de los Tratados Comerciales.
- Resolución en equipo del caso práctico No.1 "La Clasificación de los Canales de Distribución". Que consiste en el análisis de un canal de distribución planteado por el facilitador e identificar a que mercado pertenece así como el nivel.

#### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Línea del tiempo, considerando lo siguiente, 25%:
  1. Mostrar la evolución del comercio y la distribución a través de la historia.
  2. Debe hacer uso de las TIC's.
  3. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Cuadro sinóptico, considerando: 15%
  1. Identificar los países que comprenden el tratado.
  2. Identificar las cláusulas más importantes con referencia a la distribución.
  3. Debe hacer uso de las TIC's.
  4. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Reporte escrito del caso práctico No. 1 con las siguientes características, 40%:
  1. Análisis del canal de distribución planteado.
  2. El nivel que tiene ese canal de distribución.
  3. Un mínimo de 3 y un máximo de 5 cuartillas.
  4. Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
  5. Contener una conclusión.
- Exposición del caso práctico No. 1, utilizando las TIC, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA



### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

**UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Canales de Distribución y Logística. **HOJA:** 4 **DE** 10

**N° UNIDAD TEMÁTICA: II** **NOMBRE:** La Estructura del Canal de Distribución.

#### UNIDAD DE COMPETENCIA

Analiza la composición de los canales mayorista y detallista tomando en cuenta la naturaleza del producto y/o servicio adecuando la distribución de éstos en una organización.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
2.1	Estructura del canal mayorista.	1.0	1.0	2.0	3B, 6C, 7B
2.1.1	Distribución nacional de abasto (perecederos, aves, carne, pescado, frutas) y la planeación y coordinación de distribución.				
2.2	Estructura del canal detallistas.	1.0		2.0	
2.2.1	Centros comerciales, Tiendas de descuento, Cadenas de tiendas, Hipermercados, Cooperativas de consumo, Tiendas sindicales, Tiendas de conveniencia, Clubes de precios y otras formas de distribución.				
2.3	Distribución física y logística.	1.0			
2.3.1	Tipos de medios de transporte: Terrestre, marítimo, aéreo, ferroviario, ductos y (multimodal).				
2.3.2	Selección de medios de transporte.	1.0	1.0	2.0	
2.4	Logística de la empresa actual.				
2.4.1	Empresa transnacional, Empresa Grande, Empresa Mediana,				
2.4.2	Empresa Pequeña y Microempresa.				
2.5	Marco legal.				
2.5.1	Leyes sobre medios de transportes y seguros (Traslado de sustancias peligrosas; aspectos sanitarios y fitosanitarios).	1.0		1.0	
Subtotales por Unidad Temática:		5.0	2.0	7.0	

#### ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Realización en equipo de una sesión plenaria sobre los temas de la unidad, basados en búsqueda de información.
- Elaboración en equipo de cuadro comparativo acerca de "Los medios de transporte".
- Realización por equipos del caso práctico No. 2: "Distribución física y logística". Que consiste en distinguir estas herramientas de la distribución aplicando sus principales conceptos.

#### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Reporte de la plenaria, considerando lo siguiente 20%:
  1. Conclusiones en un máximo de 2 cuartillas.
  2. Debe de estar redactado bajo los criterios del equipo.
  3. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Cuadro comparativo, considerando lo siguiente 20%:
  1. Debe de estar redactado bajo los criterios del equipo.
  2. Se deben comparar las variables de costo, velocidad, volumen y seguridad.
  3. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
  4. Debe utilizar las TIC's.
- Reporte escrito del caso práctico No. 2, considerando 40%:
  1. Marcar la diferencia entre logística y distribución física y la correcta aplicación de estos conceptos en la estructura del canal determinado.
  2. De un mínimo de 3 cuartillas y un máximo de 5.
  3. Deberá contener una conclusión.
- Exposición del caso práctico No. 2, utilizando las TIC, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%.



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA

### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Canales de Distribución y Logística.

HOJA: 5 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: III

NOMBRE: Los Modelos de Decisión.

#### UNIDAD DE COMPETENCIA

Diseña modelos de distribución con base en la comercialización de un producto y las necesidades comerciales que tiene una organización.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
3.1	Modelos de decisión.				
3.1.1	Modelo matemático de Distribución Física de Hitchcock.	1.0	1.0	2.0	1B, 3B, 10B
3.1.2	Funciones de los canales de distribución.				
3.2	Razones por las que se recurre al intermediario.				
3.2.1	Relaciones fabricante intermediario.				
3.2.2	Intermediario local, intermediario foráneo, comisionistas, cadena de autoservicios.				
3.2	Convenios de intermediación.				
3.3	Diseño y elección de Canal	1.0			
3.3.1	Objetivo de la distribución.	1.0	1.0		
3.3.2	Análisis de las funciones de distribución: producto y mercado.				
3.3.3	Jerarquización de los canales de distribución.				
3.3.4	Consideración de restricciones: legales, financieras, sistema comercial.			2.0	
3.3.5	Elección de canal: criterios financieros, criterios de seguridad y criterios de marketing y ventas.				
3.4	Estrategias de distribución.				
3.4.1	De distribución directa o indirecta: aplazamiento y outsourcing.	1.0	1.0	2.0	
3.4.2	De cobertura de mercado: intensiva, exclusiva y selectiva.				
3.4.3	De coordinación en el canal: vertical y horizontal.				
3.4.4	De comunicación: presión (push) y aspiración (pull).			2.0	
Subtotales por Unidad temática:		4.0	3.0	8.0	

#### ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Realización de una sesión plenaria en equipo sobre los temas de la unidad, basados en búsqueda de información.
- Elaboración en equipo de ejercicios prácticos acerca de "El Modelo Matemático de Hitchcock".
- Realización por equipos del caso práctico No. 3: "El Diseño y selección de un Canal de Distribución". Que consiste en el diseño de un modelo de distribución para un producto y la elección de su estrategia de distribución.

#### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Reporte de la plenaria, considerando lo siguiente 20%:
  1. Conclusiones en un máximo de 2 cuartillas.
  2. Debe de estar redactado bajo los criterios del estudiante.
  3. Deben de participar todos los integrantes.
  4. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Ejercicios prácticos, considerando lo siguiente 20%:
  1. La correcta identificación de las variables.
  2. La exactitud de los cálculos.
  3. La correcta interpretación a los resultados para la óptima toma de decisiones.
  4. Marcar una conclusión.
- Reporte escrito del caso práctico No. 3, 40%:
  1. Presentar el diseño y selección del canal de distribución con todos los pasos señalados.
  2. Contener y justificar la estrategia de distribución a utilizar.
  3. De un mínimo de 5 cuartillas y un máximo de 8.
  4. Debe estar redactado bajo los criterios del equipo.
  5. Deberá contener una conclusión.
- Exposición del caso práctico No. 3, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA



### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Canales de Distribución y Logística.

HOJA: 6

DE 10

**N° UNIDAD TEMÁTICA: IV**

**NOMBRE: Tendencias de la Distribución.**

#### UNIDAD DE COMPETENCIA

Integra tendencias de distribución a los modelos de comercialización con base en las necesidades de los intermediarios de una organización.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
4.1	Trade Marketing.	2.0	2.0	2.0	2C, 6C, 8B
4.1.1	El trade marketing dentro de la empresa: Funciones.				
4.1.2	Plan de trade marketing: Por cliente y tecnología.				
4.1.3	Creación del valor en el trade marketing.				
4.2	Herramientas auxiliares de la distribución: Outsourcing, Just in time, Empowerment, benchmarking y telemarketing.	2.0	1.0	3.0	
4.3	Canal Virtual.			2.0	
4.3.1	Comportamiento, entorno y funciones				
4.3.2	Relaciones con el proveedor, cliente y laterales				
Subtotales por Unidad Temática:		4.0	3.0	7.0	

#### ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Realización de una sesión plenaria sobre los temas de la unidad
- Elaboración y aplicación en equipo de una entrevista a un gerente de alguna empresa sobre "Las tendencias de la distribución".
- Resolución en equipo del caso práctico No. 4, sobre "El Plan de Trade Marketing". Que consiste en la integración al canal de distribución diseñado y seleccionado, un plan de Trade Marketing.

#### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Reporte de plenaria, considerando lo siguiente 10%:
  1. Conclusiones en un máximo de 2 cuartillas.
  2. Debe de estar redactado bajo los criterios del estudiante.
  3. Deben de participar todos los integrantes
  4. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Entrevista, considerando lo siguiente 30%:
  1. Grabación en video de la entrevista a un Gerente de alguna empresa.
  2. El contenido de la entrevista debe de estar basado en la aplicación de alguna herramienta auxiliar de la distribución en sus actividades comerciales.
  3. Deben de participar todos los integrantes.
  4. Entregarse en CD con caratula y la guía por escrito de la entrevista.
- Reporte escrito del caso práctico No. 4, con las siguientes características: 40%
  1. Presentar el diseño de un Plan de Trade Marketing, basado en el canal de distribución diseñado y seleccionado.
  2. Un mínimo de 5 y un máximo de 10 cuartillas.
  3. Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
  4. Contener una conclusión.
- Exposición del caso práctico No. 4, utilizando las TIC, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**  
**SECRETARÍA ACADÉMICA**



**DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Canales de Distribución y Logística. **HOJA:** 7 **DE** 10

**N° UNIDAD TEMÁTICA:** V **NOMBRE:** Operaciones Logísticas en la Cadena de Suministro.  
Integra operaciones logísticas a los sistemas de distribución, tomando en cuenta los procesos de la cadena de suministro.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	P	
5.1	Funcionalidad y definiciones de inventario.	1.0		2.0	1B, 2C, 9B
5.2	Centros de Almacenamiento, Acopio y Distribución.	2.0	2.0		
5.2.1	Políticas de administración del Inventario.			2.0	
5.2.2	Administración de Riesgos.				
5.3	Logística y su definición				
5.3.1	Modelo de la Cadena de Suministro de Michael Porter	1.0	2.0	2.0	
5.3.2	Consideraciones en la planificación de la cadena de suministro.				
5.3.3	Integración de la cadena de suministro global			1.0	
5.3.4	Protección de la cadena de suministro.				
Subtotales por Unidad Temática:		4.0	4.0	7.0	

**ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE**

- Realización de una sesión plenaria sobre los temas de la unidad.
- Realización en equipo de un mapa conceptual acerca de la importancia de la Administración de los Inventarios en una empresa.
- Realización por equipo del caso práctico No. 5: "Integración logística en la Cadena de Suministro". Que consiste en integrar al canal de distribución diseñado, las actividades logísticas.

**EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

- Reporte de plenaria, considerando lo siguiente 10%:
  1. Conclusiones en un máximo de 2 cuartillas.
  2. Debe de estar redactado bajo los criterios del estudiante.
  3. Deben de participar todos los integrantes.
  4. Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Mapa conceptual, considerando lo siguiente 20%:
  1. La correcta relación de los conceptos de Administración de Inventarios y su importancia en la empresa.
  2. Debe de ser elaborado con el criterio del equipo de trabajo.
  3. Debe utilizar las TIC's.
- Reporte escrito del caso práctico No. 5, con las siguientes características: 50%
  1. Integrar las operaciones logísticas al canal de distribución diseñado.
  2. Un mínimo de 5 y un máximo de 10 cuartillas.
  3. Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
  4. Contener una conclusión.
- Exposición del caso práctico No. 5, utilizando las TIC, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 20%





# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA

### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Canales de Distribución y Logística.

HOJA: 8

DE 10

### RELACIÓN DE PRÁCTICAS

PRÁCTICA No.	NOMBRE DE LA PRÁCTICA	UNIDADES TEMÁTICAS	DURACIÓN	LUGAR DE REALIZACIÓN
1	"La Clasificación de los Canales de Distribución". Objetivo: Analizar un canal de distribución planteado por el facilitador e identificar a que mercado pertenece así como el nivel.	I	7.0	Aula y empresa elegida.
2	"Distribución física y logística". Objetivo: Distinguir estas herramientas de la distribución aplicando sus principales conceptos.	II	7.0	Aula y empresa elegida.
3	"El Diseño de un Canal de Distribución". Objetivo: Diseñar un modelo de un canal distribución para un producto y la elección de su estrategia de distribución.	III	8.0	Aula y empresa elegida.
4	"El Plan de Trade Marketing". Objetivo: Integrar al canal de distribución diseñado un plan de Trade Marketing.	IV	7.0	Aula y empresa elegida.
5	"Integración logística en la Cadena de Suministro". Objetivo: Integrar al canal de distribución diseñado las actividades logísticas.	V	7.0	Aula y empresa elegida.
		TOTAL DE HORAS	36.0	

#### EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

Los criterios de evaluación de cada práctica están contenidos en las unidades temáticas correspondientes y los porcentajes de acreditación son los siguientes:

Práctica 1: 60%

Práctica 2: 60%

Práctica 3: 60%

Práctica 4: 60%

Práctica 5: 70%



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA



### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Canales de Distribución y Logística.

HOJA: 9

DE 10

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Unidad temática I: Evolución de los Canales de Distribución.	10%
Unidad temática II: La Estructura del Canal de Distribución.	20%
Unidad temática III: Los Modelos de Decisión.	20%
Unidad temática IV: Tendencias de Distribución.	20%
Unidad temática V: Operaciones Logísticas en la Cadena de Suministro.	30%

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por:

- Competencia demostrada durante las dos primeras semanas a partir del inicio del curso y se evaluará mediante el desarrollo de un caso práctico, donde se observe que posee un mínimo del 80% del dominio de la competencia que consiste en el diseño de las estructuras de distribución, comercialización y logística de un producto y/o servicio tomando en cuenta su punto de fabricación y/o generación hasta su consumo.
- Cursarse en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan convenio con el IPN.
- Movilidad entre las ESCA de acuerdo a la capacidad de atención de cada unidad académica.
- Movilidad entre modalidades escolares de acuerdo a la capacidad de atención.

CLAVE	B	C	BIBLIOGRAFÍA
1	X		Ballou, Ronald H., <u>Logística: Administración de la Cadena de Suministro</u> . Editorial, Pearson, México 2005 5ta. Edición. 816 págs. ISBN: 970-26-0540-7.
2		X	Christopher, Martin. <u>Logística</u> . Editorial Limusa. México 2008. 1ra. Edición. 327 págs. ISBN: 968-18-5282-5
3	X		Diez de Castro, Enrique Carlos. <u>Distribución Comercial</u> . Editorial Mc Graw Hill España 2005 3ra. Edición. 504 págs. ISBN: 84-481-40-74-5.
4		X	Gallager, Richard S. <u>Conexión Eficaz con los clientes</u> . Editorial Patria Cultural. México Primera Edición, 2007. 248 págs. ISBN: 978-970-817-072-7.
5		X	Lewicki, Roy J. <u>Fundamentos de Negociación</u> . Editorial Mc Graw Hill. México 4ta. Edición 2008. 446 págs. ISBN: 10:970-10-6631-6.
6		X	Mercado, Salvador. <u>Canales de Distribución: Estrategias para vender más en los mercados competitivos</u> . Editorial PAC 1ra. Edición 2008. 312 págs. ISBN: 9708130664.
7	X		Pelton, Lou. <u>Canales de Marketing y Distribución Comercial</u> . Editorial, Mc Graw Hill, México 2005 2da. Edición. 580 págs. ISBN: 970-10-5089-4.
8	X		Pérez, Fabián. <u>Dirección Estratégica de Venta Profesional</u> . Editorial Pearson. Argentina 1ra. Edición 2009. 296 págs. ISBN: 978-987-615-059-0
9	X		Soret, Ignacio. <u>Logística Comercial y Empresarial</u> . Editorial ESIC, España 2006 4ta. edición. 413 págs. ISBN: 8473563794.
10	X		Stern, Louis W. <u>Canales de Comercialización</u> . Editorial Prentice Hall. España 2006. 5ta. Edición. 510 págs. ISBN: 84-8322-037-7
			Páginas WEB:
11		X	<a href="http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm">http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm</a> , mayo 2010.
12		X	<a href="http://www.marketing-xxi.com/trade-marketing-64.htm">http://www.marketing-xxi.com/trade-marketing-64.htm</a> , mayo 2010.
13		X	<a href="http://www.economia.gob.mx/work/sneci/exporta/comoexpo/guias/basica/4-2.htm">http://www.economia.gob.mx/work/sneci/exporta/comoexpo/guias/basica/4-2.htm</a> , mayo 2010.



# INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

## SECRETARÍA ACADÉMICA

### DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



#### PERFIL DOCENTE POR UNIDAD DE APRENDIZAJE

##### 1. DATOS GENERALES

**UNIDAD ACADÉMICA:** ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

**PROGRAMA**

**ADÉMICO:** Licenciatura en Relaciones Comerciales.

**NIIVEL:**

IV

**ÁREA DE FORMACIÓN:**

Institucional	Científica Básica	<b>Profesional</b>	Terminal y de Integración
---------------	-------------------	--------------------	---------------------------

**ACADEMIA:**

Ventas y Distribución

**UNIDAD DE APRENDIZAJE:**

Canales de Distribución y Logística.

**ESPECIALIDAD Y NIVEL ACADÉMICO REQUERIDO:**

Licenciado en Relaciones Comerciales, Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Administración.

##### 2. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Diseña estructuras de distribución, comercialización y logística de un producto y/o servicio, tomando en cuenta su punto de fabricación y/o generación hasta su consumo.

##### 3. PERFIL DOCENTE:

CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA PROFESIONAL	HABILIDADES	ACTITUDES
En el área de ventas y distribución con un mínimo de 2 años de experiencia. A nivel de especialidad o maestría. Del MEI	Experiencia de 3 años en la profesión y de 1 año mínimo en la docencia.	Facilidad de palabra. Buena dicción. Liderazgo. Análisis. Manejo de grupos. Manejo de estrategias didácticas. Construcción de relaciones comerciales. Aplicación del enfoque educativo institucional.	Honestidad. Responsabilidad. Puntualidad. Dinamismo. Compromiso social. Tolerancia. Entusiasta. Respeto. Para la docencia.

ELABORÓ

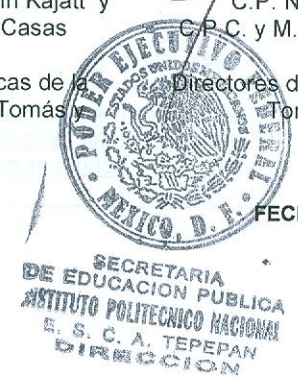
REVISÓ

AUTORIZÓ

*[Signature]*  
 LRC Pablo Fattel Román y  
 LRC Eduardo Ponce García  
 LRC Guantémoc Rosas Pineda  
 Presidentes de Academias de Asignaturas  
 Afines de Ventas y Distribución de la ESCA  
 Unidades Santo Tomás y Tepepan.

*[Signature]*  
 M. en C. Nadina O. Valentín Kajatt y  
 M. en A. María Estela Casas  
 Hernández  
 Subdirectoras Académicas de la  
 ESCA Unidades Santo Tomás  
 Tepepan.

*[Signature]*  
 C.P. Norma Cappadona y  
 C.P.C. y M. en Comercio  
 Internacional  
 C. S. A. SANTO TOMÁS  
 CUEVAS  
 Directores de ESCA Unidades Santo  
 Tomás y Tepepan.



FECHA: 2010.