



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

SÍLABO

DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA

I. DATOS GENERALES

1. Departamento Académico	: Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2. Escuela Profesional	: Marketing
3. Programa	: Pregrado
4. Semestre Académico	: 2025 – II
5. Tipo de asignatura	: Obligatoria
6. Modalidad de asignatura	: Presencial
7. Código de asignatura	02422407041
8. Ciclo	: Séptimo
9. Créditos	4
10. Horas semanales totales	7
Horas lectivas de teoría	3
Horas lectivas de práctica	2
Horas lectivas totales	5
Horas no lectivas de teoría	: -
Horas no lectivas de práctica	: -
Horas no lectivas totales	: -
Horas de Trabajo Independiente	2
11. Requisito	: E- Commerce
12. Docente	: Ferreyros Valverde, Alonso.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados, tiene por propósito explicar la importancia de las estructuras, relaciones, procesos y operaciones entre los productores, intermediarios y consumidores finales para llegar a ellos de manera oportuna, adecuada y eficiente.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Los canales de distribución, importancia, estructura y organización. 2. Gestión de stocks. 3. Distribución y transporte. 4. Decisiones estratégicas de distribución y logística.

La asignatura exige del estudiante la elaboración, presentación y sustentación de un plan de distribución logística.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Retail Management

Investiga, planifica, gestiona y controla los procesos y recursos en los negocios minoristas.

3.2. Componentes

Capacidades

- Examina las variables que intervienen en el proceso de determinación de los componentes de la relación comercial para establecer objetivos y logros del negocio.
- Selecciona estrategias de fijación de precios, acceso al mercado, incremento de las ventas, el consumo y productos disponibles para asegurar la relación exitosa empresa - cliente con uso de tecnología
- Analiza variables internas y externas que intervienen en la relación comercial para la entrega de valor y satisfacción del cliente, con uso de herramientas tecnológicas
- Analiza las actividades comerciales para ofrecer un producto o servicio de valor para los clientes, considerando la rentabilidad del negocio en diversos escenarios, con aplicación de tecnología.

Actitudes y valores

- Actitud innovadora y emprendedora
- Búsqueda de la excelencia
- Respeto a la persona
- Trabajo en equipo.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN, IMPORTANCIA, ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN								
CAPACIDAD: Examina las variables que intervienen en el proceso de determinación de los componentes de la relación comercial para establecer objetivos y logros del negocio.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
1	• Canales de marketing	- Comprende los alcances del silabo: Competencias, capacidades, contenidos y la exigencia académica. - Reconoce las normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. Taller 1: Desarrolla e interpreta conceptos de gestión estratégica, comercial, logística y entorno de los canales de distribución en contexto actual.	Sesión N°1 Evaluación diagnóstica Orientaciones académicas Exposición dialogada Trabajo en pares	3	2	-	-	2
		Actividad N°1: Resuelve ejercicios, formula ejemplos de canales de distribución, investiga en diversas fuentes y se apoya con herramientas de IA; complementa los ejemplos relevantes.	Sesión N°2 Reporte Uso de Chat GPT u otra					
2	• Intermediarios en los canales de marketing	Organiza el Trabajo de Investigación Formativa - TIF: Presentación y sustentación de un plan de distribución logística. - Presenta la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa. Taller 2: Elabora esquema sobre características de los canales de distribución: detallistas y mayoristas, explicando su rol, toma de decisiones, conflictos.	Sesión N°3 Exposición dialogada Formación de equipos Reporte	3	2	-	-	2
		Actividad N°2: Resuelve un caso de estudio: conflictos en canales de marketing. - Recibe orientaciones sobre la estructura y forma de presentación del plan de investigación.	Sesión N°4 Reporte Trabajo en equipo					
3	• Planeamiento de la demanda de la distribución. • Métodos de cálculo y software	- Desarrolla conceptos sobre planeamiento, previsión, presupuesto, actualidad y futuro. Taller 3: Resuelve ejercicios relacionados a la formulación de productos que presentan diferentes tendencias de venta.	Sesión N°5 Exposición dialogada Taller	3	2	-	-	2
		Actividad N°3: Desarrolla taller de planificación de la demanda. - Absuelve consultas, orienta y revisa avances del plan de investigación.	Sesión N°6 Taller Trabajo en pares/ Reporte					
4	• Definición de diseños de canal, modelos de organización, motivación.	Taller 4: Realiza un mapa conceptual sobre diseños de canales de distribución. - Calcula pronóstico usando promedios móviles para 3 y 5 años.	Sesión N°7 Exposición dialogada Taller	3	2	-	-	2
		- Investiga, con ayuda de herramientas de IA, los diseños de canales de empresas del Perú. Actividad N°4: Monitoreo I. Presenta el Plan del Trabajo de Investigación Formativa –TIF: Plan de distribución logística.	Sesión N°8 Taller Uso de Chat GPT u otra Realimentación docente					

UNIDAD 2 GESTIÓN DE STOCKS								
CAPACIDAD: Selecciona estrategias de fijación de precios, acceso al mercado, incremento de las ventas, el consumo y productos disponibles para asegurar la relación exitosa empresa - cliente con uso de tecnología.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
5	La administración de la distribución.	- Explica y analiza los diferentes tipos de canales de distribución y la gestión de stock en los diferentes niveles. - Analiza la logística de distribución de última milla y sostenibilidad. Taller 5: Desarrolla ejemplos para optimizar rutas y costos de distribución.	Sesión N°9 Exposición dialogada Taller Trabajo en pares	3	2	-	-	2
		Actividad N°5: Resuelve ejercicios sobre distribución, optimizando recursos con el fin de ser rentables.	Sesión N°10 Informe individual					
6	Diagrama un proceso de distribución.	- Explica los instrumentos para fijar la ubicación geográfica de centros de distribución y nivel de servicio al cliente acorde a la estrategia corporativa. Taller 6: Determina la ubicación del CD con método de Factores Ponderados y otro con el método de Centro de Gravedad. - Elabora el diagrama de flujo del proceso de distribución.	Sesión N°11 Exposición dialogada Taller Trabajo en equipo	3	2	-	-	2
		Actividad N°6: Resuelve el dilema ético: Subvaluación de las existencias para pagar menos tributos. - Reflexiona los valores institucionales de la USMP	Sesión N°12 Taller Reporte sobre dilema ético - individual					
7	- Determinación del stock en función al nivel de servicio al cliente y la estrategia comercial. - Márgenes y rotación de existencia.	Taller 7: Determina niveles de stock en función a la estrategia comercial. - Formula márgenes y rotación de existencias. - Calcula los medios y materiales necesarios para un almacén.	Sesión N°13 Exposición dialogada Taller	3	2	-	-	2
		Actividad N°7: Monitoreo II. Presenta el avance del Trabajo de Investigación Formativa – TIF, con la recopilación y análisis de la información del Plan de distribución logística.	Sesión N°14 Asesoría académica Realimentación docente					
8	- Fundamentos de la tercerización de la distribución. - Los métodos de venta y expedición de mercancías	- Analiza las ventajas y desventajas de la tercerización. - Analiza sobre los métodos de venta y expedición de mercancías. - Analiza ejemplos de operadores logísticos 3PL, 4PL y 5PL. Actividad N°8: Investiga, con ayuda a herramientas de IA, a una empresa que haya tercerizado su distribución y propone eficiencias en el proceso.	Sesión N°15 Exposición dialogada Trabajo en pares Reporte – individual Uso de Chat GPT u otra	3	2	-	-	2
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje		Sesión N°16 Evaluación Reporte					

UNIDAD 3 DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE								
CAPACIDAD: Analiza variables internas y externas que intervienen en la relación comercial para la entrega de valor y satisfacción del cliente, con uso de herramientas tecnológicas.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
9	Distribución y transporte en situaciones de crisis, tipo pandemias, terremotos, inundaciones, etc.	- Presenta la situación y manejo de la distribución y transporte nacional e internacional. - Analiza los efectos en la distribución multimodal del país. Taller 9: Estudia un caso de distribución y transporte en situaciones de crisis climática.	Sesión N°17 Exposición dialogada Taller Trabajo en equipo Reportes	3	2	-	-	2
		Actividad N°9: Comprende y presenta el modelo de distribución de un operador logístico internacional y nacional, tipo: DHL, APMTERMINALS, KUEHNE NAGEL, PANALPINA, etc.	Sesión N°18 Estudio de casos Reporte individual					
10	- Métodos de control físico de existencias. - Costos de almacenamiento.	- Explica métodos de valorización de las existencias, costos de posición y de capital inmovilizado. Taller 10: Desarrolla ejercicios de Picking para fijar la documentación de expedición.	Sesión N°19 Exposición dialogada Taller	3	2	-	-	2
		Actividad N°10: Resuelve ejercicios prácticos sobre cálculos de la conveniencia de mantener stock o emitir muchas órdenes de compra. - Tutoría: absuelve consultas, orienta y revisa avances del plan de investigación.	Sesión N°20 Trabajo de pares Reporte					
11	XIX Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	Actividad N°11: Elabora reportes de participación en la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	Sesión N°21 Conferencias y seminarios de discusión	3	2	-	-	2
			Sesión N°22 Elaboración de reportes					
12	- Las políticas de canal de marketing y los medios de transporte. - Análisis económico financiero de tener una flota. - Ejercicios y discusión de los temas.	- Desarrolla un análisis de la gestión estratégica del transporte. - Analizan la conveniencia de mantener una tarifa de transporte. Taller 12: Desarrolla taller de análisis financiero respecto a tener una flota para distribución.	Sesión N°23 Exposición dialogada Reporte	3	2	-	-	2
		Actividad N°12: Monitoreo III. Presenta el esquema de redacción y avance del Trabajo de Investigación Formativa – TIF: Plan de distribución logística. – Realiza la lectura del texto "Fundamentos de Transporte". Administración de la Cadena de Suministro", Ballou, pp 184-205. Disponible en: https://laclasedotblog.files.wordpress.com/2018/05/logistica_administracion_de_la_cadena_de_suministro_5ta_edicion_-_ronald_h-_ballou.pdf	Sesión N°24 Recensión de lectura - individual Realimentación docente					

UNIDAD 4 DECISIONES ESTRATÉGICAS DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA								
CAPACIDAD: Analiza las actividades comerciales para ofrecer un producto o servicio de valor para los clientes, considerando la rentabilidad del negocio en diversos escenarios, con aplicación de tecnología.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
13	- Factores que afectan la planificación del transporte. - Factores de elección: peso, volumen, capacidades de unidades, ruta óptima, cronogramas, etc. - Planificación de rutas y optimización de espacios.	- Desarrolla un análisis de los factores que limitan el transporte. - Elabora una lista para explicar los diferentes tipos de tractos, características, capacidad de unidades y restricciones legales de circulación. Taller 13: Propone metodologías para determinar ruta óptima de transporte con reconocimiento de software y tercerización del servicio, con ayuda de la aplicación de una herramienta IA.	Sesión N°25 Exposición dialogada Trabajo en pequeños grupos Uso de Chat GPT u otra Discusión de resultados	3	2	-	-	2
		Actividad N°13: Desarrolla la lectura sobre Programación y Diseño de Rutas de los Vehículos. Texto de consulta Logística, Administración de la Cadena de Suministro", Ballou, pp 235-249.	Sesión N°26 Reporte de lectura - individual					
14	- Composición de los Costos Totales de Transporte. - Costo de la estrategia de la distribución y logística. - Análisis de costos variables. - Indicadores de la Gestión de distribución y logística.	Taller 14: Realiza el cálculo de costo de transporte. - Realiza el cálculo de costos totales de la gestión de la distribución de acuerdo a la estrategia comercial establecida.	Sesión N°27 Exposición dialogada	3	2	-	-	2
		- Desarrolla y explica los indicadores principales en la Gestión de Distribución. Actividad N°14: Monitoreo IV. Presenta el Trabajo de Investigación Formativa – TIF, plan de distribución logística.	Sesión N°28 Realimentación docente					
15	Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración del plan de distribución logística.	Actividad N°15: Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración del plan de distribución logística.	Sesión N°29 Sustentaciones individuales de la investigación realizada	3	2	-	-	2
			Sesión N°30 Sustentaciones individuales de la investigación realizada					
16	Examen final: Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje.		Sesión N°31 Evaluación	3	2	-	-	2
			Sesión N°32 Reporte					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.
- Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, portafolio, foros, chats, correo, video tutoriales, blog, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, herramientas de IA, entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. ***Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes*** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), ***examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer***. Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio final (PF)** resulta de la aplicación de la siguiente fórmula: $PF = \frac{EP + ER}{2}$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográficas

- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Colombia: Ediciones ECOE
- Escudero, M. (2014). *Logística de almacenamiento*. Madrid: Ediciones Paraninfo
- Peña, C. (2016). *Manual de transporte para el comercio internacional*. Barcelona: Marge Books
- López, R. (2010). *Logística Comercial*. (2ª Ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Paz, H. (2008). *Canales de distribución: gestión comercial y logística*. (3ª Ed.). Buenos Aires: Lectorum-Ugerman
- Peris S. (2008). *Distribución comercial*. Madrid. (8ª edición). Editorial. ESIC

8.2. Electrónicas

- Revista Inbound-Logistics-Latam N° 135, Vol. 11 (2017). Recuperado de: <https://bit.ly/2WZHJnX>

Sistematizado por: Graciela Girón Franco

Fecha: 25 de julio de 2025

Revisión pedagógica: René Del Águila Riva