

GUÍA DOCENTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, TECNOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD

Edición 2
Curso 2024-2025

1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Cadena de Suministro: Distribución y Gran Consumo
- **Tipo de asignatura:** Optativa
- **Trimestre:** Tercer Trimestre
- **Créditos:** 3 ECTS
- **Idioma de docencia:** Castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Oriol Montanyà
- **Profesor de la asignatura:** Núria Piñol

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Objetivos de la asignatura

El Gran Consumo se caracteriza por trabajar con productos de demanda masiva (al alcance de todos los clientes), por abrazar varias ramas de actividad (alimentación, hogar, moda, deporte, electrónica...) y por tener cadenas de valor integradas por distintos actores (productores, fabricantes, distribuidores y operadores logísticos).

En este contexto, la asignatura presentará las particularidades del sector, poniendo especial atención a las tendencias que tienen una incidencia directa en la gestión de las cadenas de suministro. Asimismo, se abordarán las estrategias logísticas más innovadoras en Gran Consumo, que están sirviendo para dar solución a retos tan relevantes como la digitalización, la sostenibilidad o la resiliencia.

Contenidos

Tema 1: El retail a nivel internacional y el Route to Purchase

- Características y tendencias del sector a nivel internacional.
- Las estrategias de colaboración en Gran Consumo.
- Requisitos impulsados por el consumidor: calidad, servicio y precio.
- Caso práctico: Como maximizar la experiencia del consumidor en el shopper

Tema 2: Agentes de la cadena, Routes to Market y principales retos de futuro

- Principales aspectos para la optimización de la cadena y tendencias que inciden en la misma: volatilidad de la demanda, incertidumbre y escasez
- Fabricantes: innovación y calidad del servicio las claves de la oferta
- Operadores logísticos: customización, copacking y calidad del servicio como principales ejes
- Transportistas: sostenibilidad, optimización de rutas, distribución urbana y legislación como principales retos
- Distribuidores: características de Traditional & Modern trade, Clusters, Omnicanalidad y Tipos de estrategia para llegar al consumidor
- Modelos de Route to market; ventajas e inconvenientes
- Casos práctico: Zara Fashion Case study – Modelo de Route to Market

Tema 3: Costes de suministro, generación de eficiencias y acuerdos logísticos

- Cálculo de costes de suministro. Ejemplo DPP.
- Oportunidades de eficiencias en la cadena de suministro
- Tipología de acuerdos logísticos
- Caso práctico: Acuerdo logístico centralización distribución

Tema 4: Gestión de la demanda & efectividad de las promociones

- Gestión de previsión de la demanda
- Relación entre sell-in & sell-out
- Gestión de promociones & eventos (pre y post implantación de la promoción)
- Creación del learning log
- OSA & Sell-out información clave
- Caso práctico: Zara Fashion Case study – Modelo de previsión de la demanda

Tema 5: El Shopper

- Visita a tienda guiada por un gestor de punto de venta y observación de aspectos clave en la gestión de la demanda, creación de rotación, gestión de promociones, gestión del lineal y aprovisionamiento
- Análisis y conclusiones de la experiencia

Tema 6: Digitalización y sostenibilidad

- Digitalización: aspectos clave en los flujos de información a través de la cadena
- Digitalización: big data y oportunidades (optimización de procesos, conocimiento de la demanda, innovación en el shopper,...)
- Sostenibilidad: Efficient Design desde el origen
- Sostenibilidad: Tendencias y oportunidades en transporte
- Caso práctico: Zara Fashion Case study – Estrategia de digitalización y sostenibilidad

Competencias/Resultados de aprendizaje

El resultado del aprendizaje será el poder afrontar cargos en logística en empresas dedicadas al Gran Consumo, ya sea en el sector de alimentación, moda, hogar, deporte o tecnología.

Serás consciente de los factores claves y la visión 360°C de la industria y la distribución, así como las diferentes perspectivas de los agentes implicados.

Un profesional muy buscado y difícil de encontrar porque no hay formaciones específicas.

Metodología docente

Aprendizaje colaborativo y estudio de casos reales.

La diversidad de perfiles enriquece el aprendizaje a través de una mirada compartida e interdisciplinaria. En el aula se pone en práctica un proceso de aprendizaje integrador en el que se potencia la participación de todos los compañeros en forma de diálogo e intercambio de conocimientos.

Enfoque práctico

El programa cuenta con una base teórica sólida impartida por el profesorado, pero siempre se complementa con un enfoque práctico, a través del análisis de casos reales, la resolución de ejercicios, la exposición de experiencias directivas o la realización de dinámicas grupales.

Visión ejecutiva

Para reducir el “coste de agenda” de la asignatura se potenciará el aprendizaje en el aula, con sesiones que permitan interiorizar la teoría y ponerla en práctica, siempre mediante una selección de contenidos muy pensada para su aplicación inmediata.

Evaluación

La evaluación de la asignatura se realizará a través del cálculo de la media de 2 tipos de actividades:

	Ponderación
Trabajos individuales	50%
Examen	50%

Actividades formativas

El contenido de la asignatura se impartirá a través de clases magistrales, trabajos individuales y grupales, preparación de las sesiones con los materiales proporcionados

con anterioridad a ésta, y masterclasses impartidas por expertos en la materia.

*Información sobre las sesiones.

Primera Sesión	Tema 1
Segunda Sesión	Tema 2
Tercera Sesión	Tema 3
Cuarta Sesión	Tema 4
Quinta Sesión	Tema 5
Sexta Sesión	Tema 6

3. PROFESORADO

Núria Piñol

Licenciada en Ciencias Económicas y en Actuarial por la UB y Master en Supply Chain Management por ICIL, inició su carrera profesional en la gestión de proyectos centrándose especialmente en el área de Supply Chain y posteriormente liderando el área de Customer Supply Chain ocupando distintos cargos directivos a nivel nacional e internacional. Actualmente es profesora colaboradora de la UPF Barcelona School of Management.

4. BIBLIOGRAFIA (recomendada)



Revista
info retail
Información de retail & consumo del siglo XXI