

Gestión de almacén y comercialización en la industria alimentaria



Área: Industrias derivadas de la uva y del vino

Modalidad: Teleformación

Duración: 40 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Gestionar los aprovisionamientos, el almacén y las expediciones en la industria alimentaria y realizar actividades de apoyo a la comercialización.

CONTENIDOS

1 logística en la industria alimentaria - 1.1 conceptos básicos - 1.2 actividades logísticas - 1.3 determinación cuantitativa del pedido - 1.4 previsión de la demanda - modelos - 1.5 factores básicos en la selección de materias primas - 1.6 cálculos prácticos ante un pedido - 1.7 actividades: logística en la industria alimentaria - 2 técnicas de gestión de inventarios - 2.1 planificación de las necesidades de materiales mrp i - 2.2 planificación de las necesidades de distribución drp - 2.3 gestión de la cadena de suministros - 2.4 discordancias entre existencias registradas y los recuentos - 2.5 catalogación de productos y localización - 2.6 cálculo de costes de almacenamiento - 2.7 evaluación y catalogación de suministros - 2.8 registros de entrada y negociación con el proveedor - 2.9 actividades: técnicas de gestión de inventarios - 3 transportes de mercancías alimentarias - 3.1 transportes externos - 3.2 condiciones de los medios de transporte de productos alimentarios - 3.3 contrato de transporte - 3.4 transporte y distribución interna - 3.5 etiquetado de mercancías - 3.6 actividades: transportes de mercancías alimentarias - 4 organización de almacenes en la industria alimentaria - 4.1 planificación - 4.2 división del almacén - 4.3 incompatibilidades - 4.4 seguridad e higiene en los procesos de almacenaje - 4.5 flujos y recorridos internos de productos - 4.6 cálculo de los distintos niveles de stock - 4.7 actividades: organización de almacenes en la industria alimentaria - 5 gestión de existencias en la industria alimentaria - 5.1 tipos de existencias - 5.2 materias primas, envases y embalajes - 5.3 valoración de existencias - 5.4 análisis abc de productos - 5.5 documentación del control de existencias - 5.6 actividades: gestión de existencias en la industria alimentaria - 6 comercialización de productos alimentarios - 6.1 conceptos básicos - 6.2 importancias y objetivos - 6.3 concepto de venta - 6.4 el agente de venta - 6.5 contratos más frecuentes en la industria alimentaria - 6.6 servicios postventas en la industria alimentaria - 6.7 actividades: comercialización de productos alimentarios - 7 el proceso de negociación comercial y la compraventa - 7.1 conceptos básicos - 7.2 planificación - 7.3 prospección y preparación - 7.4 el proceso de negociación - 7.5 el proceso de compraventa - 7.6 la comunicación en negociación y compraventa - 7.7 desarrollo de la negociación - 7.8 condiciones de compraventa - 7.9 tipos de clientes y proveedores - 7.10 tipos de proveedores - 7.11 actividades: el proceso de negociación comercial y la compraventa - 8 el mercado y el consumidor en la industria alimentaria - 8.1 el mercado, sus clases - 8.2 el consumidor-comprador - 8.3 publicidad y promoción - 8.4 técnicas del merchandising - 8.5 concepto y objetivos de la distribución - 8.6 canales de distribución - 8.7 seguimiento del producto postventa - 8.8 contrato que fijan las atribuciones de la industria alimentaria - 8.9 actividades: el mercado y el consumidor en la industria alimentaria - 8.10 cuestionario: cuestionario módulo 1 -

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más

conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.