

# IELOGIS

Instituto Europeo de Logística y Transporte



## CURSO DE COMMUNITY MANAGER ESPECIALIZADO EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

IELA024

[www.ielegis.com](http://www.ielegis.com)



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





## DESTINATARIOS

---

El **Curso de Community Manager especializado en Transporte y Logística** se dirige a todas aquellas personas que quieran especializarse como Social Media Manager dentro del ámbito logístico. A lo largo de la formación, el alumno conocerá la figura del community manager, los pasos a seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online a través de redes sociales, blogs y/o plataformas de vídeo, así como la importancia de respetar el marco legal que regula estas actividades y la protección de datos de los usuarios. Además, el estudiante sabrá crear comunidades y monitorizarlas para mejorar su funcionamiento. Por otro lado, el curso formará al estudiante sobre el sector del transporte y de la logística a escala internacional, de manera que obtendrá todos los conocimientos necesarios para gestionar la comunidad digital de un negocio de este ámbito. Una vez finalizada la titulación, el alumno será capaz de gestionar la reputación online de una empresa logística y contará con un conocimiento amplio del mercado global de transporte.



## MODALIDAD

---

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



## DURACIÓN

---

La duración del curso es de 1500h.



## IMPORTE

---

Importe Original: ~~4960€~~

**Importe Actual: 980€**



## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

---

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la “CURSO DE COMMUNITY MANAGER ESPECIALIZADO EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA”, de IELOGIS, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



## PARTE 1. COMMUNITY MANAGER

### MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
6. Definir las metas de un Community Manager
7. Tipos de Community Manager

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CASOS DE ÉXITO

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario
4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
5. Marketing Viral

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales
2. Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales
3. Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada
4. Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online
2. Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios
3. Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
  - Crear una página de empresa
  - Estrategias de Marketing en LinkedIn
  - Como encontrar clientes potenciales
4. Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn

5. Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOGS

1. ¿Qué es un blog?
  - Autonomía de un blog
  - Características de los blogs
2. El blog como herramienta de marketing en la empresa
3. Cómo hacer un blog único y exitoso
4. Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
5. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
6. Estrategias de crecimiento de un blog
  - Marketing de contenidos
  - SEO (Optimización para motores de búsqueda)
7. Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati
  - Wordpress
  - Blogger
  - Livejournal
  - Technorati
8. Herramientas avanzadas de monitorización
9. Tipos de Blog
10. Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROBLOGGING

1. Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno
2. Herramientas para optimizar el uso de twitter
3. Como hacer crecer tú marca en twitter
  - Twitter Ads
  - Twitter Analytics
4. Otros sistemas de microblogging

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs
  - Conectar Facebook con Twitter
  - Conectar Facebook con MSN
  - Conectar LinkedIn con Twitter
2. Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

1. La Wikipedia como fuente de información libre y universal
2. Definición de wiki
3. La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS
2. Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
  - Origen
  - Contenidos de un podcast
  - ¿Cómo se escucha un podcast?
  - ¿Dónde se almacenan los podcast?
  - ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?
3. Cómo redactar mejores post

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube
2. El posicionamiento en YouTube
3. Otras plataformas de vídeo

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
2. Flickr y Panoramio

## UNIDAD DIDÁCTICA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD

1. Trucos para animar una Comunidad online
2. Estrategias de participación en Redes Sociales
3. La voz de la empresa o la marca

## UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RUMOROLOGÍA

1. Situaciones de crisis en la red: los hoax
2. Cómo atajar el problema
  - Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

## UNIDAD DIDÁCTICA 14. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online
2. Herramientas y consejos para monitorizar online
  - ¿Qué podemos medir en la monitorización?
  - ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
  - Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio
3. Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?
4. Creación de sistema de escucha/alertas
  - Brandwatch
  - Google Alerts
  - HootSuite
  - TweetReach
  - Social Mention
  - Google Analytics
  - Mention
  - Addictomatic
  - HowSociable
  - TweetDeck
5. Importancia de opiniones en la red

## UNIDAD DIDÁCTICA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

1. La propiedad intelectual en la red, en las redes sociales y en los blogs
  - Protección de la Propiedad Intelectual
  - Protección de los datos de carácter personal
  - Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
  - Protección de los consumidores y usuarios
2. Licencias: Creative Commons
3. Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

## UNIDAD DIDÁCTICA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

1. ¿Qué y cómo se puede medir?
2. Analítica Web
  - Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

## **UNIDAD DIDÁCTICA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES**

1. ¿Qué es una comunidad?
2. Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
  - Estrategia 1: Soporte a la comunidad
  - Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
  - Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
3. Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
4. Facebook Guía de Facebook
  - Te ayudan a protegerte
  - Fomentar un comportamiento respetuoso
  - Proteger tu cuenta e información personal
  - Proteger tu propiedad intelectual
5. Twitter Guía de Twitter
  - Limitaciones del contenido y uso de Twitter
  - Comportamiento abusivo
  - SPAM
6. YouTube - Guía de YouTube

## **UNIDAD DIDÁCTICA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA**

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
  - ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
  - Cómo hacer correctamente un envío de Email
  - ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

## **MODULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB 2.0**

1. ¿Qué es la Web 2.0?
2. Nuevos conceptos de la Web 2.0
3. Web 2.0: Aplicaciones
4. Principales Ventajas de la Web 2.0
5. Web 3.0

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. WEB 2.0: PRINCIPALES APLICACIONES**

1. Introducción
2. Elementos de la Web 2.0: Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones tecnológicas para la comunicación y el desarrollo en línea
5. Alojamiento de archivos
6. Desarrollo del usuario 2.0

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. WEB 2.0 Y REDES SOCIALES DE HOY EN DÍA**

1. Análisis de los usuario de Internet en España
2. Perfil de Usuario/a 2.0
3. Participación del usuario con la web 2.0
4. Usabilidad y accesibilidad
5. Web 2.0: Utilidades en Educación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4 REDES SOCIALES: PRINCIPALES APLICACIONES**

1. Orígenes de las redes sociales
2. ¿Qué son las redes sociales?
3. Principales conceptos de las redes sociales
4. Redes sociales: Servicios principales
5. Redes sociales: Importancia e impacto
6. Redes sociales como profesión
7. Redes sociales: Pros y contras

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES SOCIALES: CLASIFICACIÓN**

1. Tipos de redes sociales
2. Redes sociales dirigidas a un público genérico
3. Redes sociales orientadas a gustos e intereses

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. REDES SOCIALES MÓVILES**

1. Los dispositivos móviles y las redes sociales
2. Clasificación de redes sociales móviles
3. Principales peligros de las redes sociales móviles

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES: RECOMENDACIONES DE USO**

1. Principios de uso
2. Twitter: Principales consejos de uso
3. 2.2 ¿Qué es el Timeline?
4. Crear cuenta Twitter
5. Página de usuario
6. Twitter en negocios

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES: RESPONSABILIDADES LEGALES**

1. Redes Sociales: Servicios prestados por internet
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Seguridad en la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Propiedad Intelectual
5. Consumidores y usuarios: Protección
6. Redes sociales: Incidencias Legales
7. Redes sociales: Colectivo vulnerable Menores e incapaces

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNITY MANAGER**

1. Definición de Community Manager
2. Community Manager: Tareas
3. Personalidad del Community Manager
4. Community Manager: el trabajo de cada día
5. Responsabilidades del Community Manager
6. Clasificación de Community Manager

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. REDES SOCIALES: OPTIMIZACIÓN**

1. Redes sociales : Promociones especiales
2. Cuidar la relación con tus fans
3. Elegir la red social ideal para tu empresa
4. Centrarse en las redes sociales ideales para nuestra marca
5. Obtener el máximo rendimiento a las redes sociales
6. Motivación de los usuarios

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. IDENTIFICAR LA EFICACIA EN SOCIAL MEDIA**

1. Características a tener en cuenta para medir la eficiencia en Social Media
2. ¿Cómo medir las conversiones en los Social Media?
3. Social Media Plan ideal para tu empresa
4. Principales usos de Social Media Marketing para potenciar nuestros ingresos
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Principios básicos de medición del retorno de la inversión
7. Midiendo el retorno de inversión de una campaña de Mailing

## **MÓDULO 3. VIDEO TUTORIALES COMUNITY MANAGER**

1. Alta Facebook
2. Alta Twitter
3. Creación y administración de cuenta en Wordpress
4. Conexión de cuentas
5. Wikipedia
6. Vídeos en Youtube
7. Social Mentions
8. Creative commons
9. Google Analytics
10. Guía Facebook

## **MÓDULO 4. VIDEOTUTORIALES REDES SOCIALES**

1. Internet y la web
2. Web 2.0
3. Blog
4. Redes sociales
5. El botón me gusta y perfiles de Facebook
6. Google +
7. Tweets, Timeline, Hashtag, Trending topics
8. Alta en LinkedIn

## **PARTE 2. ORGANIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA DISTRIBUCIÓN**

### **MÓDULO 1. DISTRIBUCIÓN CAPILAR**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. REPARTO Y CAPILARIDAD EN LA ACTIVIDAD DEL TRANSPORTE POR CARRETERA.**

1. Definición y características específicas de la distribución capilar de mercancías.
2. Sistemas de organización, gestión y control en la distribución capilar de mercancías.
3. La empresa/departamento de distribución capilar de mercancías.
4. Funciones, características y organización.
5. Normativa administrativa autonómica y local aplicable al reparto de mercancías.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN OPERATIVA DE LA DISTRIBUCIÓN CAPILAR.**

1. Conceptos básicos de coste, gasto, pago, inversión y fondo de explotación.
2. Análisis de costos en el reparto de mercancías
3. Aplicaciones informáticas para el cálculo de costes.
4. Determinación de tarifas o precios en el transporte.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CLASIFICACIÓN DE LOS VEHÍCULOS PARA EL REPARTO DE MERCANCÍAS.**

1. Tipos de vehículos y características técnicas.
2. Normativa sobre masas y dimensiones.
3. Homologación y matriculación de vehículos.
4. Documentación relativa al conductor, vehículo y mercancía.
5. Distintivos, equipamiento y mantenimiento de vehículos.
6. Normativa reguladora sobre circulación y seguridad vial aplicable.
7. Medios de carga y descarga.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN DE CARGAS Y PROGRAMACIÓN DE RUTAS DE REPARTO**

1. Definición y características de la planificación de cargas en el reparto.
2. Programación de rutas de transporte.

3. Aplicaciones informáticas para la planificación de cargas.
4. Seguridad y salud laboral en la organización y la distribución capilar de mercancías.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CONTRATACIÓN DEL TRANSPORTE CAPILAR DE MERCANCÍAS.**

1. Normativa mercantil aplicable al contrato de transporte.
2. El contrato de transporte de mercancías: Definición, caracteres, regulación, elementos personales, reales y formales.
3. Contenido del contrato de transportes de mercancías: Obligaciones de las partes.
4. Responsabilidades. El límite de responsabilidad del transportista.
5. Las reclamaciones. Las Juntas Arbitrales de Transporte.
6. La contratación a través de operadores de transporte.
7. El contrato de seguro y el seguro de transporte terrestre: Tipos, coberturas e indemnizaciones.
8. Inspección y régimen sancionador en el transporte capilar de mercancías.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

1. Pautas de calidad de servicio y atención y satisfacción al cliente.
2. Tratamiento de las quejas y reclamaciones.
3. Factores que pueden originar distintos tipos de incidencias.
4. Soluciones externas e internas de la empresa.
5. Procedimiento de reclamación de siniestros
6. Responsabilidad e indemnizaciones cubiertas por la póliza de seguro.
7. Medio ambiente en la organización y la distribución capilar de mercancías. Tratamiento y gestión de residuos.

### **MÓDULO 2. TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA.**

1. Particularidades del transporte internacional
2. Operadores específicos del transporte internacional.
3. Marco jurídico del transporte internacional.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERATIVA DEL TRANSPORTE INTERMODAL**

1. Los distintos modos de transporte y sus características: carretera, ferrocarril, marítimo, fluvial, aéreo, multimodal.
2. Comparativa del modo de transporte en relación a su rapidez, capacidad, seguridad, coste y tipo de mercancía.
3. Aspectos técnicos del transporte: vehículos y limitaciones.
4. Ordinario.
5. Especial: Mercancías peligrosas (MMPP), perecederas, animales vivos, consolidación y grupaje.
6. Criterios de selección de modos de transporte.
7. Criterios de selección de otros medios logísticos (embalaje, almacenamiento, manipulación, despacho aduanero, seguro).
8. Formas de comercialización del transporte en los diversos modos.
9. Normativas reguladoras en los distintos modos de transporte.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES DE TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA.**

1. Métodos de planificación y distribución de cargas en transporte internacional.
2. Redes e infraestructuras de transporte a nivel europeo e internacional.
3. Las plataformas intermodales.
4. Planificación y selección de rutas y modo/s de transporte.
5. Costes en las operaciones de transporte internacional.
6. Tarifas y precios según los modos de transporte.
7. Interpretación de los INCOTERM en relación a la planificación de operaciones de transporte internacional.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DOCUMENTAL BÁSICA DE OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL.**

1. Documentación propia de la mercancía en exportaciones e importaciones.
2. Documentación de transporte según el modo.
3. Documentación de protección jurídica de la mercancía.
4. Documentación de tránsito de las mercancías.
5. Procedimiento administrativo aduanero.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL Y SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE INTERMODAL DE MERCANCÍAS.**

1. Seguridad de la mercancía en el transporte intermodal: Obligaciones de la empresa transportista y los agentes implicados.
2. Protección física y jurídica de la mercancía.
3. Preparación de la mercancía: protección física: envases y embalajes.
4. Normalización, certificación y homologación de los envases y embalajes.
5. Criterios de selección de embalajes según modo de transporte.
6. Unidades de carga y transporte: paletización y contenerización.
7. Manipulación y estiba de mercancías.
8. Etiquetado y señalización de mercancías.
9. Identificación electrónica de embalajes.
10. Transportes de naturaleza específica: mercancías perecederas, peligrosas, animales vivos, otros.
11. Aplicaciones informáticas en la distribución espacial en la carga de mercancías.
12. Gestión de incidencia o siniestro en el transporte internacional e intermodal.
13. Atención de siniestros: comunicación, aportación de documentación, reclamación de daños.
14. Actuaciones correctoras

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN, INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CONTROL EN LAS OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS**

1. Aplicaciones de seguimiento, registro, comunicación e información sobre recorrido y situación de la mercancía: correo electrónico, Internet, sistema de información EDI, GPS, otros.
2. Alimentación y mantenimiento de bases de datos en relación al servicio de transporte internacional.
3. Sistemas de información y comunicación con clientes: web, correo electrónico, fax.

## **MÓDULO 3. OPTIMIZACIÓN DE LA CADENA LOGÍSTICA.**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. FASES Y OPERACIONES EN LA CADENA LOGÍSTICA**

1. La cadena de suministro: fases y actividades asociadas.
2. Flujos en la cadena de suministro: flujo físico de materiales y flujo de información. Características



de los mismos. Cómo se articulan. Ejemplo concreto de un proceso de aprovisionamiento desde que se lanza la orden de pedido hasta su recepción en almacén.

3. El flujo de información: en tiempo real, fiable, seguro, fácil de interpretar y manejar.
4. Flujo de materiales: seguro, eficaz y con calidad. Diagrama de flujos interconexiónados.
5. Cadena logística: objetivos. Cómo lograrlos. Integración de actores y sinergias a conseguir
6. Logística y calidad.
7. Gestión de la cadena logística.
8. El flujo de información.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOGÍSTICA INVERSA**

1. Devoluciones y logística inversa.
2. Posibles límites a la logística inversa.
3. Causas de la aparición de la logística inversa.
4. Política de devolución de productos.
5. Logística inversa y legislación.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. OPTIMIZACIÓN Y COSTOS LOGÍSTICOS.**

1. Características del costo logístico: variabilidad.
2. Sistema tradicional y sistema ABC de costos.
3. Medición del costo logístico y su impacto en la cuenta de resultados. Costos totales, costos unitarios y costos porcentuales.
4. Estrategia y costos logísticos.
5. Medidas para optimizar el costo logístico en las diversas áreas: stock, almacenaje, picking, transporte.
6. Cuadro de control de costos. Pirámide de información del costo logístico.
7. Ejemplo práctico de cálculo del costo logístico en una operación de comercialización, teniendo en cuenta el costo de compra, los costos de stock, almacenaje y manipulación, el costo de transporte de distribución y los costos administrativos e indirectos.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES DE DISTRIBUCIÓN.**

1. Diferentes modelos de redes de distribución.
2. Cálculo del costo logístico de distribución en los diferentes modelos.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE IMPREVISTOS E INCIDENCIAS EN LA CADENA LOGÍSTICA.**

1. Incidencias, imprevistos y errores humanos en el proceso de distribución.

2. Puntos críticos del proceso. Importancia cualitativa y monetaria de las mismas.
3. Análisis de determinados procesos críticos
4. Seguimiento y localización física de la mercancía en el proceso de distribución.
5. Sistemas informáticos y tecnología aplicada: GPS, satélite, radiofrecuencia.
6. Acceso del cliente a la información.
7. Determinación de responsabilidades en una incidencia.
8. En diversos supuestos prácticos, cómo actuar en una incidencia.
9. Incidencias y su tratamiento informático. Sistema de documentación: grabación de datos, información mínima, clasificación según tipos, seguimiento y solución dada a la misma, costo real o estimado, cliente afectado o proveedor involucrado, punto de la cadena en que se produjo.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CADENA DE SUMINISTRO.**

1. Tecnología y sistemas de información en logística.
2. La pirámide de información.
3. Ventajas y posibles inconvenientes: costo y complejidad del sistema.
4. La comunicación formal e informal.
5. Sistemas de utilización tradicional y de vanguardia: la informática, satélites, GPS, EDI, transmisión de ficheros, e-mail, teléfono, fax. Características. Pros y contras de los diferentes sistemas.
6. Información habitual en el almacén.
7. Terminología y simbología utilizadas en la gestión del almacén.

## **MÓDULO 4. INGLÉS PROFESIONAL PARA LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL.**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPRESIONES Y ESTRUCTURAS LINGÜÍSTICAS UTILIZADAS EN LAS OPERACIONES DE TRANSPORTE Y LOGÍSTICA EN INGLÉS.**

1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones logísticas y de transporte internacional.
2. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las relaciones con clientes/proveedores de servicios de transporte internacional.
3. Expresiones de uso cotidiano en empresas de transporte y logística.

4. Expresiones para el contacto personal en operaciones de transporte y logística.
5. Expresiones fonéticas habituales.
6. Comunicación no presencial: expresiones al teléfono en la operativa de transporte internacional.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERATIVA ESPECÍFICA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE EN INGLÉS.**

1. Terminología de las operaciones de servicios de logística y transporte.
2. Documentación propia de operaciones de transporte y servicios logísticos internacionales.
3. Términos comerciales, financieros y económicos.
4. Condiciones de transporte.
5. Elaboración de documentos y comunicación escrita en operaciones de transporte: correo electrónico, sms u otros.
6. Procedimientos de tránsito internacional.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN DE INCIDENCIAS EN INGLÉS.**

1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor.
3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores.
5. Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
6. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.
7. Estructuras sintácticas y usos habituales en la atención telefónica.
8. Reclamaciones y formulación de expresiones en la gestión de incidencias, accidentes y retrasos habituales en el transporte.
9. Documentación escrita en relación a imprevistos.
10. Fórmulas de persuasión y cortesía para la resolución de reclamaciones e incidencias propias de la logística y transporte internacional.
11. Normas y usos socioprofesionales habituales en el transporte internacional.
12. Accidentes, siniestros. Salud y bienestar. Servicios de urgencia.
13. Mecánica. Averías.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS DE TRANSPORTE EN INGLÉS.**

1. Interacción entre las partes: presentación inicial de posiciones, argumentos, preferencias comparaciones y estrategias de negociación.
2. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de servicio: precio, descuentos y recargos entre otros.
  1. Tipos de vehículos. Plazos de entrega.
  2. Condiciones de transporte y modos de pago.
  3. Elementos socioprofesionales más significativos en las relaciones con clientes/proveedores extranjeros.
  4. Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores
  5. Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.
  6. Simulación de procesos de negociación con clientes/proveedores de servicios de transporte.
  7. Presentación de productos/servicios.
  8. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS**

1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica.
2. Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés.
3. Redacción de correspondencia comercial.
4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes.