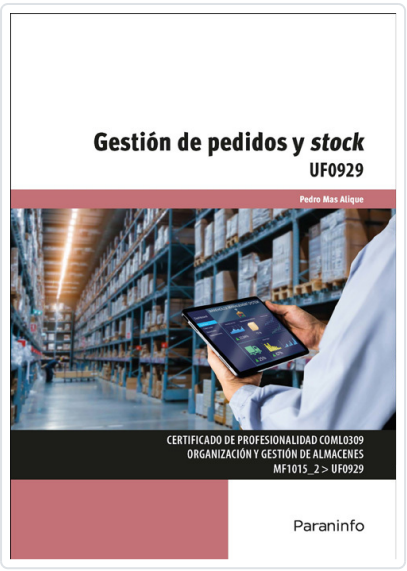
GESTIÓN DE PEDIDOS Y STOCK



MAS ALIQUE, PEDRO

Editorial	PARANINFO
Materia	Gestión de ventas y marketing
EAN	9788428358859
Status	Normal
Páginas	274
Tamaño	240x170x0 mm.
Peso	50
Precio (Imp. inc.)	22,00€
Fecha de lanzamiento	29/09/2023

SINOPSIS

El presente libro desarrolla los contenidos de la Unidad Formativa (UF0929) Gestión de Pedidos y Stock, incluida en el Certificado de Profesionalidad COML0309 Organización y gestión de almacenes, regulado por el Real Decreto 642/2011, de 9 de mayo. En los distintos capítulos de Gestión de pedidos y stock se trata la operativa del almacén, tomando como hilo conductor el flujo de materiales y el correspondiente flujo de información, como base para un correcto inventario que permita mantener el adecuado control de las existencias. Se definen la forma de operar y los flujos de materiales, mostrando las condiciones de trabajo y los recursos necesarios para los procesos, que se gestionan mediante los indicadores de desempeño adecuados para la toma de decisiones y la mejora continua. A continuación, se analiza la preparación de pedidos, actividad que proporciona a los clientes los materiales requeridos; el flujo de salida que permite facturar a los clientes y que es la razón de ser del almacén. En este capítulo se analizan en profundidad los procesos de picking, aspecto clave en la operativa del almacén dada su incidencia en la productividad y en el coste, mencionando los medios humanos y materiales para llevarlos a cabo de manera óptima. Una vez que el lector conoce los recursos necesarios y la forma de operar del almacén, se analiza la gestión y el control de stocks, el control y la realización de inventarios y el análisis de resultados, con la finalidad de lograr un óptimo control de existencias que permita reducir los costes del inventario y los errores, mediante el análisis y la corrección de estos. Para terminar, se comentan las tecnologías existentes para la gestión de almacén, actualización tecnológica y optimización de la gestión: el almacén es un paso intermedio entre los proveedores y los clientes, y de su gestión dependerá la satisfacción de estos y, por tanto, el éxito de la empresa. El autor, Pedro Mas Alique, Ingeniero Industrial, Licenciado en Ciencias (Matemáticas) y Doctor Ingeniero Industrial, cuenta con una ampl...

Títulos relacionados



POLÍTICAS DE MARKETING 3.ª EDICIÓN 2022
CUESTA PICAZO, QUITERIA/ALCARAZ CRIADO, JAVIER IGNACIO/ESCRIBANO RUIZ, GABRIEL



ORGANIZACIÓN DE EQUIPOS DE VENTAS 2.ª EDICIÓN 2022
MARTÍNEZ MARTÍNEZ, AURORA/ZUMEL JIMENEZ, MARIA CRISTINA



VENTA ONLINE
DOMINGUEZ BAÑOS, VÍCTOR JOSÉ



MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES
RODÉS BACH, ADOLF