

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

<b>Datos de la asignatura</b>	
<b>Nombre</b>	Dirección de Operaciones
<b>Titulación</b>	Máster Universitario en Dirección Ejecutiva de Empresas (Executive MBA)
<b>Curso</b>	2017/18
<b>Semestre</b>	2º semestre
<b>Créditos ECTS</b>	3
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Departamento</b>	ICADE Business School
<b>Área</b>	Operaciones
<b>Datos del profesorado</b>	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Javier Errejón Sainz de la Maza
<b>Departamento</b>	ICADE Business School
<b>e-mail</b>	errejon@vdhgroup.com
<b>Teléfono</b>	670355119
<b>Horario de Tutorías</b>	Disponibilidad continua vía mail

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>Contextualización de la asignatura</b>
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
<p>Para poder definir la Dirección de Operaciones de una empresa es necesario integrarla dentro su estrategia y organización empresarial, así como su entorno ó mercado.</p> <p>La Dirección de Operaciones puede definirse como la dirección de los recursos directos que se precisan para generar los bienes y servicios de una organización. El entorno económico actual de incertidumbre, la globalización en el entorno empresarial con mayor competencia y la continua renovación en todos los ámbitos, hacen que la Dirección de Operaciones se convierta en uno de los principales factores competitivos de la empresa. Se exige cada vez más calidad y originalidad, menores precios, flexibilidad productiva, exactitud en el cumplimiento de las fechas de entrega y satisfacción del consumidor. En dicho contexto sobrevivirán aquellas empresas capaces de generar valor al cliente, optimizar el empleo de sus recursos, y adaptar sus sistemas productivos al nuevo orden económico mundial.</p> <p>Las principales contribuciones estratégicas que la Dirección de Operaciones aporta al éxito de la empresa son:</p>

- Coste: significa que la empresa es continuamente capaz de minimizar su consumo de recursos, generando ganancias para la empresa y para sus clientes.
- Calidad: significa que el proceso satisface cualitativamente las expectativas del consumidor, el requisito básico de la supervivencia.
- Plazo de entrega: implica que las expectativas del consumidor son satisfechas consistentemente en el tiempo, manteniendo su lealtad.
- Flexibilidad: implica que la empresa es capaz de acomodarse con rapidez a los cambios en las expectativas y en las demandas de sus clientes, preservando e incrementando sus mercados.
- Servicio: implica el poder diferenciarse, aumentar el valor añadido del producto y satisfacción del cliente.
- Innovación: significa que la empresa se adapta continuamente al mercado, en cuanto a gustos y eficiencia productiva.

La asignatura Dirección de Operaciones parte del marco de referencia corporativo del mundo empresarial:

- La organización, la estrategia corporativa (Dirección Estratégica).
- Y su entorno, el mercado (Entorno Empresarial: Económico, Jurídico, Responsabilidad Social Corporativa).

Este marco fija los objetivos de qué, cómo, cuanto y dónde producir, buscando las mejores ventajas competitivas:

- Análisis de costes y rentabilidad para la toma de decisiones en el modelo productivo.
- Gestión sobresaliente de personas para el modelo de operaciones.
- Gestión de la calidad y operaciones desde la satisfacción al cliente como soporte a la Dirección Comercial.

## Objetivos

En términos específicos se espera que a la conclusión de este curso el alumno sea capaz de:

- Comprender la importancia estratégica que la Dirección de Operaciones juega en la competitividad y rentabilidad de las empresas.
- Concebir y visualizar la empresa de manera integral, analizando cómo los atributos deseados por el consumidor son incorporados a los productos y servicios generados.
- Determinar la forma de efectuar las transformaciones necesarias para la puesta en práctica de programas y estrategias de generación de productos y servicios competitivos.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

<b>Contenidos – Bloques Temáticos</b>	
<b>BLOQUE ÚNICO:</b>	
<b>Tema 1:</b>	
<b>Introducción a la dirección de Operaciones</b>	
<b>Tema 2:</b>	
<b>Análisis de procesos</b>	
<b>Tema 3:</b>	
<b>Innovación y mejora de procesos. Reingeniería de procesos</b>	
<b>Tema 4:</b>	
<b>Gestión de Inventarios</b>	
<b>Tema 5:</b>	
<b>Logística Integral</b>	
<b>Tema 6:</b>	
<b>Estrategias productivas</b>	
<b>Tema 7:</b>	
<b>Gestión de servicios y calidad</b>	

<b>Competencias</b>	
<b>Competencias Genéricas del área-asignatura</b>	
Las competencias genéricas son las siguientes:	
<ul style="list-style-type: none"><li>• CGI1. Capacidad de adaptación al entorno a partir de la gestión de impactos múltiples</li><li>• CGI2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la formulación de juicios complejos a partir de una información incompleta</li><li>• CGI3. Capacidad reflexiva y de análisis crítico</li><li>• CGI4. Capacidad de comunicar conocimientos, conclusiones y razones últimas a públicos especializados y no especializados</li><li>• CGI5. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares</li><li>• CGP4. Gestión orientada a la excelencia</li><li>• CGS1. Iniciativa Emprendedora</li><li>• CGS2. Capacidad de generar y gestionar el cambio</li><li>• CGS3. Capacidad de aprendizaje autodirigido o autónomo</li><li>• CGS4. Capacidad para la mejora continua y la innovación</li></ul>	
<b>Competencias Específicas del área-asignatura</b>	
Las competencias específicas son las siguientes:	
<ul style="list-style-type: none"><li>• CE30. Capacidad para analizar en profundidad los procesos productivos de la empresa, con vistas a adoptar decisiones sobre la reingeniería de tales procesos a fin de proceder a su mejora o, en su caso, innovación</li><li>• CE31. Capacidad para mejorar la distribución de las instalaciones en una organización</li></ul>	

- CE32. Capacidad para diseñar una política general de gestión de calidad en la empresa, así como para adoptar decisiones directivas ajustadas a parámetros exigentes de gestión de calidad

## METODOLOGÍA DOCENTE

<b>Aspectos metodológicos generales de la asignatura</b>	
<b>Metodología Presencial y no presencial: Actividades</b>	<b>Competencias</b>
<p>La metodología para la enseñanza de esta asignatura alternará el uso de casos prácticos (metodología del caso) con el resto de material didáctico como son las notas técnicas, ejercicios en clase y presentaciones como apoyo visual al desarrollo de las sesiones.</p> <p>Para conseguir estos objetivos, se va a utilizar la siguiente metodología</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferencias y presentaciones con preguntas por parte del profesor de los conceptos de fundamentales de Dirección de Operaciones y su aplicación en su trabajo.</li> </ul>	<b>CGI3, CGI4, CGI5, CGP4, CGS2, CGS4, CE30, CE31 y CE32</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura y análisis de notas técnicas, que completan las explicaciones que se dan en el aula y sirven de soporte teórico a los casos prácticos</li> </ul>	<b>CG12, CGS3, CE30, CE31 y CE32</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de casos empresariales, a través de los cuales los participantes argumentan la utilidad de diferentes acciones y proponen alternativas y soluciones. Los casos se preparan de forma individual o en grupo y posteriormente se debaten en clase.</li> </ul>	<b>CGI3, CGI4, CGI5, CGP4, CGS2, CGS4, CE30, CE31 y CE32</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio de casos relevante a través del cual los participantes argumentan la utilidad de diferentes acciones y proponen alternativas y soluciones. Los casos se prepararán de forma individual y colectiva, y posteriormente se discutirán dentro del aula.</li> </ul>	<b>CGS1, CGS3, CGI4, CGI4, CGS1 y CGS3</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los alumnos deberán entregar en la última sesión del curso un trabajo que deberá realizarse en grupos. Este trabajo consistirá en el análisis y exposición de aspectos específicos de la Dirección de Operaciones para la incorporación de una mejora en el entorno de trabajo de una sus empresas, para la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. El trabajo deberá tener una extensión aproximada de no más de 15 páginas, pudiendo venir acompañado de todos los anexos necesarios. La fecha de entrega del trabajo será la correspondiente a la última sesión del programa</li> </ul>	<b>CGI5, CGP4, CGS1, CGS2, CGS4, CE30, CE31, CE32</b>

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
Participación activa		60%
Trabajo en equipo		40%

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO			
HORAS PRESENCIALES			
Clases Magistrales	Debates	Discusión de casos	Buenas prácticas y exposición de alumnos
40%	25%	30%	5%
HORAS NO PRESENCIALES			
Preparación Notas Técnicas	Preparación Casos	Simulador Stocks	Preparación Trabajo Final
10 horas	10 horas	2 horas	8 horas
CRÉDITOS ECTS:			3

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

#### Manuales

- R.D. Chase y H.J. Aquilano. **Dirección y administración de la producción y de las operaciones.**
- **Operations Management.** R.J Schouberge y E.M Knod. Business Productions inc. 1988.
- **Logistics Strategy** (Y.Ceses and Concepts) (R. Shapiro y J. Heskeh). M.N.Saint Paul, West Publishing, 1985
- **La Meta.** Eliyau M. Goldratt.
- **Servicios y Beneficios.** L.M. Huete
- Buffa, E. **Dirección de las Operaciones.** México: Limusa-Wiley. (1983)
- Carlsson, M. **Aspects of Integration of Technical Functions for Efficient Product Development.** R&D Management, 21(1), 55-66. (1991)
- Clark, K. B.& Fujimoto, T. **Product Development Performance: Strategy, Organization and Change in the World Auto Industry.** Boston: Harvard Business School Press. (1991)
- Clark, K. B. & Wheelwright, S. L. **El desarrollo de productos como ventaja competitiva.** Harvard Deusto Business Review, 56(4), 72-84. (1993)
- Cyert, R. y March, J. **Teoría de las Decisiones Económicas en la Empresa.** México: Herrero Hermanos. (1965)
- Fernández-Sánchez, E. **Dirección de la Producción.** Civitas.1993.
- Foster, R. Innovation. **The Attackers Advantage.** New York, NY: McKinsey. (1986)
- Grant, R. **The Resource Based Theory of Competitive Advantage. Implications for Strategy Formulation.** California Management Review (Spring), 114-135. (1991)
- Hamel, G. **Bringing Silicon Valley Inside.** Harvard Business Review, Sept-Oct. (1999)
- Hax, A. & Majluff, N. **The Strategy Concept and Process: A Pragmatic Approach.** Englewood Cliffs: Prentice Hall. (1991)
- Hayes, R. H., & Wheelwright, S. C. & Clark, K. B. **Dynamic Manufacturing. Creating the Learning Organization.** New York, NY: The Free Press. (1988)
- Heskett & Sasser. **Service Breaktroughs.** New York, NY: The Free Press. (1990)
- Johnne, F. & Snelson, P. **Success Factors in Product Innovation: a Selective Review of the Literature.** Journal of Product Innovation Management,5, 114-128. (1988)
- Porter, M. **Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.** New York, NY: The Free Press. (1995)
- Quinn, J. B. **Technological Innovation. Entrepreneurship and Strategy.** Sloan Management Review. (1979)
- Skinner, W. **Manufacturing: The Formidable Competitive Weapon.** New York, NY:John Wiley & Sons. (1985)
- Wheelwright, S. C. & Clark, K. B. **Revolutionizing Product Development.** New York, NY: The Free Press. (1993)
- Hammer, P. **Business Process Reingenieering.** Addisson Wesley, Reading, Mass. (1992)