



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Dirección de operaciones

Grado en MARKETING Y COMUNICACIÓN – 2º curso

Presencial

Sumario

Datos básicos	3
Breve descripción de la asignatura	4
Requisitos previos	4
Objetivos	5
Competencias	5
Contenidos	6
Metodología	7
Criterios de evaluación	8
Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial	9
Breve CV del profesor responsable	10

Dirección de Operaciones

Datos básicos

Módulo: Dirección y organización de empresas

Carácter: Obligatoria

Nº de créditos: 3 ECTS

Unidad Temporal: 2º Curso – 2º Semestre

Calendario Del día Jueves 30 de enero al día Jueves 14 de mayo

Horario: Jueves de 8 a 10 hs. y 12 a 13 hs.

Idioma en el que se imparte: castellano

Profesor/a responsable de la asignatura: Gustavo Ferraretto Merlo

E-mail: imartinma@upsa.es

Horario de tutorías: Martes de 15 a 17

Breve descripción de la asignatura

Estudio de los conceptos esenciales de la función de producción y operaciones, su diseño, funcionamiento y los sistemas de control para comprender así la relevancia estratégica en la empresa en la generación de ventajas competitivas y en la cadena de valor.

Requisitos previos

No se establecen requisitos previos

Objetivos

- Objetivo 1. Conocer la organización de empresas e identificar factores determinantes en los resultados, así como comprender el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa.
- Objetivo 2. Comprender la importancia de la función de producción para la creación de valor añadido en la empresa.

Competencias

Competencias Básicas	CB2- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
Competencias Transversales	CT8- Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.
Competencias Específicas	<p>CE4-Entender cómo se gestiona y administra una empresa de modo eficaz y eficiente desde los principios básicos de la dirección de marketing.</p> <p>CE27-Ser capaz de abrirse a nuevas ideas, comprender y prever los cambios en el entorno de las organizaciones, así como comenzar a impulsar proyectos de innovación en el marco del contexto empresarial.</p> <p>CE11-Capacidad para identificar, formular y solucionar problemas aplicando criterios profesionales y entendiendo la ubicación competitiva e institucional de la organización, identificando sus fortalezas y debilidades, a través de la elaboración de informes o las actividades de consultoría.</p>

Contenidos

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA TEÓRICA

- **UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES**
 1. Introducción a la dirección de operaciones

- **UNIDAD II: DECISIONES ESTRATÉGICAS**
 2. Estrategia de operaciones
 3. Diseño de producto
 4. Selección y diseño de procesos productivos
 5. Capacidad, localización de las instalaciones y distribución en planta
 6. Diseño, medición y compensación del trabajo

- **UNIDAD III: DECISIONES TÁCTICAS**
 7. Gestión de la calidad
 8. Planificación de las operaciones
 9. Programación de operaciones

CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA PRÁCTICA

- Cada tema de enseñanza teórica se acompañará por ejercicios o estudios del caso para profundizar en lo aprendido.

Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Sesiones teóricas	13	30 (40%)	
Sesiones prácticas	13		
Examen	2		
Tutoría	2		
Lecturas	10		45(60%)
Elaboración de trabajos	20		
Estudio autónomo	15		
TOTAL		30	45

Criterios de evaluación

Los temas teóricos se acompañarán de lecturas y visionados con casos prácticos de empresas conocidas que nos permitan reflexionar sobre la importancia de las funciones de operaciones. También se realizarán ejercicios de los mismos.

- Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula, intervención y exposición en clase: 10%
- Actividades prácticas dirigidas que consistirán en la realización de trabajos individuales y grupales así como análisis de casos donde demuestren la capacidad para formular estrategias y procesos empresariales eficaces y en función de la misión empresarial: 20%
- Pruebas de contenido: se realizará al final del periodo formativo una prueba individual objetiva de todos los conocimientos desarrollados. 70%. Se debe aprobar al menos el 50% de la parte teórica y un 50% de la parte práctica.

CONVOCATORIA ORDINARIA

Para aprobar la asignatura ambos apartados (teoría y práctica) deben superarse. En síntesis, los diferentes supuestos de evaluación son:

- El alumno que supere ambas partes aprobará la asignatura en la convocatoria ordinaria de mayo.

- El alumno que no supere alguna de las partes de la asignatura, se le examinará en la convocatoria de junio tanto de los contenidos teóricos como de la parte práctica de la asignatura, incluyendo también las lecturas recomendadas.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

La evaluación en convocatorias extraordinarias se realizará mediante una única prueba: con preguntas relacionadas con la teoría, las prácticas y las lecturas. Se deben obtener al menos un 50% en la parte teórica y un 50% en la parte práctica.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

BIBLIOGRAFÍA

Alfalla Luque R.; García Sánchez, M. R.; Garrido Vega, P.; González Zamora, M.M. y Sacristán Díaz, M. Introducción a la Dirección de Operaciones Táctico-Operativa: un enfoque práctico. Ed. Delta Publicaciones, 1a ed. 2008.

Cuatrecasas, L. Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación. Profit editorial. 2010.

Davis, M.M., Aquilano, N.J y Chase, R.B. Fundamentos de Dirección de Operaciones. McGraw-Hill 2001

Domínguez, J.A.; Álvarez, M.J.; Domínguez, M.A.; García, S.; Ruiz, A.: Dirección de Operaciones: Aspectos Tácticos y Operativos en la Producción y los Servicios. Madrid: McGraw-Hill 2005

Heizer, J.; Render, B. Dirección de la Producción. Decisiones Tácticas (Madrid: Prentice Hall).2001.

Miranda González, F. J., Rubio Lacoba, S., Chamorro Mena, A. y Bañegil Palacio, T. M. Manual de dirección de operaciones. International Thomson Editores Spain-Paraninfo, S.A, 2005

Recursos web

Fundación iberoamericana del conocimiento <http://gecon.es/> Instituto nacional de estadística INE www.ine.es

Centro Español de Logística www.cel-logistica.org Product and Operation Management society www.poms.org Prototipos rápidos <http://www.protorapid.com>

Además de estos enlaces de interés se proporcionará al alumno una serie de materiales, documentos y estudios a través de la plataforma de la asignatura, así como artículos de actualidad relacionados con la asignatura.

Breve CV del profesor responsable

Gustavo Ferraretto Merlo es Doctor en Economía de la Empresa por la Universidad de Salamanca.

Ingeniero Industrial por la Universidad Nacional de Rosario.

Administrador de la empresa Clevergate S.L.. Madrid-España. Ermesinde - Portugal. Desde 2010.

Socio fundador de la empresa Nutrigate SL. Año 2016.

Profesor MBA de Empresas Familiares. Universidad de Salamanca. 2009 – 2014

Director de Compras y Logística Empresa Plásticos Dúrex S.A. Salamanca. 2007-julio 2014.

Responsable de Proyecto de Mejoras. Empresa Fundación Ático. Valladolid 2005-2006.

Miembro por la Universidad de Salamanca del Proyecto de Investigación “Observatorio Transfronterizo de Evaluación del Impacto de las Universidades en el Tejido Regional: España y Portugal”. Salamanca (España) 2005-2006.

Profesor de las asignaturas Dirección de la Tecnología y Recursos Humanos. Escuela Técnica Superior de Ingeniería. Usal. 2003-2004.