



GUÍA DOCENTE:

LEAN MANUFACTURING

Máster Universitario en Dirección de Operaciones

Universidad Católica de Valencia
San Vicente Mártir



GUÍA DOCENTE DE LA MATERIA Y/O ASIGNATURA

		ECTS
ASIGNATURA: Lean Manufacturing		3
Módulo: SISTEMAS AVANZADOS DE COMPETITIVIDAD		15
Tipo de Formación: OB	Semestre: 2º	
Profesorado: Eloy Ruiz (coordinador)	Departamento: Inede	
	E- mail: eloy.ruiz@ucv.es	

ORGANIZACIÓN DEL MÓDULO

GESTIÓN DE EMPRESAS (15 ECTS)	Estrategia y Organización	OB	3
	Desarrollo Personal y Capital Humano	OB	3
	Dirección Comercial y Marketing	OB	3
	Dirección Financiera y control de Gestión	OB	6

**Materias y Asignaturas**

MODULO	MATERIA/ASIGNATURA	CARACTER	ECTS
GESTIÓN DE EMPRESAS	Estrategia y organización	OB	3
	Desarrollo personal y capital humano	OB	3
	Dirección comercial y marketing	OB	3
	Dirección financiera y control de gestión	OB	6
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE OPERACIONES	Planificación y organización en planta	OB	3
	Logística y gestión de la cadena de suministro	OB	6
	Planificación y programación de la producción	OB	6
SISTEMAS AVANZADOS DE COMPETITIVIDAD	Lean Manufacturing	OB	6
	Sistemas integrados de información	OB	3



	Control de calidad y técnicas six sigma	OB	3
DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS	Project Management	OB	3
	Innovación y gestión del conocimiento	OB	3
PRÁCTICAS EXTERNAS	Prácticas Externas e inserción profesional	PE	6
TRABAJO FINAL DE MASTER	Trabajo Fin de Master	TFM	6
TOTAL ECTS			60

GUÍA DOCENTE MATERIA/ASIGNATURA

Requisitos previos: No se consideran.

OBJETIVOS GENERALES

El módulo tiene como objetivo general el ofrecer al alumno las nociones básicas sobre la gestión del marketing en una empresa industrial. Este objetivo general se concreta en los siguientes:

1. Conseguir que el alumno maneje con soltura los conceptos básicos del marketing estratégico y operativo.
2. Saber realizar correctamente un análisis DAFO.
3. Mantener una predisposición favorable hacia la importancia del Marketing como cuerpo de conocimiento y como práctica empresarial.
4. Generar una conciencia crítica del mundo que les rodea desde una visión del marketing.
5. Conocer las fases de un Plan de Marketing.



COMPETENCIAS BÁSICAS (MECES)	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.		x		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.		x		

COMPETENCIAS GENERALES	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
CG1. - Capacidad de resolución de problemas relacionados con la gestión y administración de una empresa entendiendo su ubicación competitiva e institucional y ser capaz de elaborar la estrategia corporativa y de negocios.		x		
CG2. - Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimiento procedente de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas dedicadas a actividades industriales				x
CG3. – Ser capaz de liderar la transformación de una empresa industrial local en una organización de base global ,adaptándose a nuevas situaciones				x
CG5. - Ser capaz de integrar y encontrar el ajuste necesario entre la estrategia definida para una organización, con los sistemas de gestión de la información y el conocimiento de mercados globales, los mecanismos de comercialización en entornos multiculturales, y las políticas de recursos humanos en empresas de base global.		x		

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
CE1 – Capacidad de análisis de modelos organizativos y de negocio complejos orientado a la mejora de procesos empresariales que los conforman				x
CE2 – Ser capaz de desarrollar habilidades para el liderazgo ,motivación y dirección de equipos trabajo en entornos competitivos		x		
CE3 – Ser capaz de analizar y diagnosticar la relación de una organización con sus mercados ,actuales y potenciales ,en particular en contextos industriales complejos ,así como de diseñar la política de marketing estratégico que optimice la relación de la organización con su entorno			x	
CE4 – Ser capaz de analizar la situación económico financiera de una empresa al objeto de facilitar la toma de decisiones empresariales ,la correcta planificación financiera tanto a corto como a largo plazo y el empleo de los principales sistemas de control de la gestión presentes en el mercado ,así como de entender sus características y problemática de implantación al objeto de poder decidir cuáles de estos sistemas son más adecuados para cada situación				x



RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Proponer, analizar, validar, interpretar, y seleccionar la estrategia de gestión más adecuada para el entorno donde opera la empresa. 	CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un plan de marketing que contemple la coyuntura del mercado seleccionado. 	CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar mecanismos de control y gestión económica financieros que monitoricen las decisiones adoptadas en el conjunto de la empresa. 	CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en equipo y desarrollar habilidades para la integración y el liderazgo de grupos de alto rendimiento 	CB6, CB7, CG1, CG2, CG3, CG5, CE1, CE2, CE3, CE4

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Las clases presenciales expositivas se centrarán en explicar los contenidos más complejos, con apoyo de pizarra, ordenador y cañón, promoviendo la interacción con el alumno. Para el seguimiento y comprensión de la teoría es muy recomendable utilizar el manual básico recomendado y el material disponible en la plataforma UCV.

Las clases prácticas servirán para la aplicación de los conocimientos adquiridos mediante las herramientas adecuadas y se programarán de forma que el alumno pueda prepararlas con antelación. Se analizarán casos prácticos de empresas, tanto individualmente como en grupo. Se potenciará que los alumnos aprendan a buscar información relevante en distintas fuentes. El alumno de forma autónoma realizará las prácticas, lecturas, estudio de casos y las búsquedas de información y comentario de noticias de prensa.

**ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE <u>TRABAJO PRESENCIAL</u>			
ACTIVIDAD	Metodología de Enseñanza-Aprendizaje	Relación con Competencias del Módulo	33,33%
CLASE PRESENCIAL	Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		16,75%
CLASES PRÁCTICAS	Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos económicos-empresariales tanto verídicos como ficticios Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno .Análisis crítico sobre valores y compromiso social		7%
SEMINARIO	Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida		1%
EXPOSICIÓN TRABAJOS GRUPO	Aplicación de conocimientos interdisciplinarios		5,5%
TUTORÍA	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		0,5%
EVALUACIÓN	Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.		2,75%



ACTIVIDADES FORMATIVAS DE <u>TRABAJO AUTÓNOMO</u>			
ACTIVIDAD	Metodología de Enseñanza-Aprendizaje	Relación con Competencias del Módulo	66,5%
TRABAJO EN GRUPO	Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo. Trabajo realizado en la plataforma de la universidad (www.plataforma.ucv.es)	G1; G2 y G3 T2 y T4 E1 a E9	25%
TRABAJO AUTÓNOMO	Estudio del alumno: Preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo. Trabajo realizado en la plataforma de la universidad (www.plataforma.ucv.es)	G1; G2 y G4 T1 a T4 E1 a E9	41,5%
TOTAL			100%

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CALIFICACIONES		
Instrumento de evaluación	RESULTADOS DE APRENDIZAJE EVALUADOS	Porcentaje otorgado
Asistencia y participación activa	Todos	10%
Prueba Final	Todos	90%
<p>Según se describe en la tabla anterior el Sistema de Evaluación utiliza dos variables. Por una parte, el alumno realizará una prueba escrita que supone el 90% de la nota final. Adicionalmente, la asistencia y participación activa en las reflexiones y discusiones técnicas también es objeto de evaluación, así como la participación en las dinámicas de grupo realizadas a lo largo del semestre (10% de la nota).</p> <p><u>Criterio de concesión de las Matrículas de Honor:</u> El profesor tendrá libertad para conceder o no Matrícula de Honor a alguno de los alumnos que han obtenido un sobresaliente. Este criterio de concesión de Matrículas de Honor se atenderá, en</p>		



todo caso, al criterio general de la UCV, según el cual sólo podrá concederse una matrícula de honor por cada 20 alumnos (o fracción para grupos de menos de 20 alumnos).

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Introducción al Lean Manufacturing

Lean Management. Estructura Organizativa

Lean Management. Modelo de Gestión.

Sistema de Calidad. QSE.

Herramientas para la Mejora de la productividad I. Implicación de Personal.

Herramientas para la mejora de la productividad II. Hoshin, WS, OEE, SMED, TPM, Speed Up

Pull System

Herramientas para la mejora de los procesos: VSM.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Dossier de materiales de la asignatura (Plataforma UCV)

Complementaria

Bicheno, J., & Holweg, M. (2016). *The lean toolbox: A handbook for lean transformation*. Buckingham: Picsie Books.

Sanders, A., Elangeswaran, C., & Wulfsberg, J. P. (2016). Industry 4.0 implies lean manufacturing: Research activities in industry 4.0 function as enablers for lean manufacturing. *Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM)*, 9(3), 811-833.

Socconini, L. (2019). *Lean Manufacturing. Paso a paso*. MARGE BOOKS.

Wincel, J. P., & Kull, T. J. (2016). *People, Process, and Culture: Lean Manufacturing in the Real World*. Productivity Press.