

29980 - Gestionar en la industria 4.0

Información del Plan Docente

Año académico: 2019/20

Asignatura: 29980 - Gestionar en la industria 4.0

Centro académico: 110 - Escuela de Ingeniería y Arquitectura

Titulación: 430 - Graduado en Ingeniería Eléctrica
434 - Graduado en Ingeniería Mecánica
435 - Graduado en Ingeniería Química
436 - Graduado en Ingeniería de Tecnologías Industriales
438 - Graduado en Ingeniería de Tecnologías y Servicios de Telecomunicación
439 - Graduado en Ingeniería Informática
440 - Graduado en Ingeniería Electrónica y Automática
470 - Graduado en Estudios en Arquitectura
476 - Asignaturas optativas transversales grados EINA
558 - Graduado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Producto
581 - Graduado en Ingeniería de Tecnologías y Servicios de Telecomunicación

Créditos: 4.0

Curso: 4

Periodo de impartición: 430 - Primer semestre

434 - Primer semestre

435 - Primer semestre

436 - Primer semestre

438 - Primer semestre

438 - Primer semestre

438 - Primer semestre

438 - Primer semestre

439 - Primer semestre

440 - Primer semestre

470 - Primer semestre

470 - Primer semestre

476 - Primer semestre

558 - Primer semestre

581 - Primer semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia: ---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

El objetivo es formar ingenieros en las **herramientas de gestión y toma de decisiones** que les permita **gestionar y dirigir** procesos de transformación empresarial hacia la denominada **Industria 4.0**.

Se plantea como una asignatura multifocal. Se prestará atención a la gestión y dirección de la empresa que nace en este nuevo entorno, que incluso puede tener como principal fuente de creación de valor el propio negocio digital. Pero también se prestará atención a las empresas que nacieron bajo paradigmas competitivos anteriores, empresas con décadas de antigüedad y con estructuras organizativas pasadas que deben adaptar su organización y su estrategia a este nuevo entorno.

La empresa innovadora no es exitosa por el mero hecho de descubrir un nuevo producto o negocio. Debe ser capaz de promover y gestionar esa innovación, transformarla en valor y ser capaz de defender el valor frente a los rivales. La empresa que logra y mantiene su liderazgo tanto en el mercado como en la innovación, es motor de progreso económico y social para la sociedad.

1.2.Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Introduce al alumno conceptos avanzados de gestión relacionados con la innovación y con los avances disruptivos que se están produciendo en procesos de producción industrial. Es un complemento a los conocimientos técnicos adquiridos por el alumno a lo largo de su titulación y una ampliación de las competencias como gestor que se ha adquirido en asignaturas previas de este ámbito.

1.3.Recomendaciones para cursar la asignatura

Tener interés por los temas de innovación de productos y de procesos en el ámbito industrial y de TIC. Tener disposición a trabajar a partir de fuentes de diversos orígenes, académico y profesional, en castellano y en inglés.

2.Competencias y resultados de aprendizaje

2.1.Competencias

Gestiona, identifica oportunidades y dirige procesos de transformación empresarial hacia el mundo digital

2.2.Resultados de aprendizaje

- Reconoce oportunidades de negocio en el nuevo entorno económico y empresarial. Es capaz de identificar las necesidades de transformación digital en los negocios actuales de la empresa.
- Aprovecha las ventajas de nuevas formas abiertas de innovar en la empresa.
- Diseña estrategias para la puesta en valor de la innovación frente a la competencia.
- Diseña estrategias para la apropiación sostenida de ese valor.
- Identifica las necesidades de cambio en la organización y lidera dichos cambios.
- Encuentra nuevos negocios en el cambiante entorno digital.
- Optimiza el marketing de la empresa en el nuevo entorno tecnológico.

2.3.Importancia de los resultados de aprendizaje

Los ingenieros debe seguir jugando su papel transformador de la sociedad, adaptando el perfil de los alumnos que egresan al entorno en el que van a tener que desarrollar su actividad profesional y para este fin se ofrece la presente asignatura que pretende capacitar para la gestión y dirección en un entorno cada vez más digitalizado y automatizado. La robótica y automatización, la inteligencia artificial, el big data, la realidad aumentada y el Internet de las cosas son sólo algunas de las palancas del cambio que ya se está viviendo.

3.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

El proceso de enseñanza-aprendizaje requiere un enfoque de evaluación que permita valorar el aprendizaje del alumno de manera global (conocimientos y capacidades).

Evaluación gradual: Se recomienda el seguimiento de la asignatura y en este sentido se ofrece un sistema de evaluación gradual. El profesorado utilizará la siguiente combinación de los siguientes modelos para evaluar la adquisición de las competencias por parte del alumno:

1. Resolución de casos y seminarios (60%) Se valora el grado de preparación por parte del alumno, la calidad de su exposición oral y la capacidad para defender sus argumentos. Estos casos se desarrollarán preferentemente en el aula, pudiendo requerirse trabajo fuera de aula en algunos casos y seminarios concretos.
2. Examen (40%) Se valora la comprensión de los contenidos de la asignatura y la capacidad para poner en relación unas partes con otras. Tendrá lugar en la fecha fijada por el centro.

Evaluación global: Examen a realizar, en la fecha fijada por el centro, por parte de los alumnos que no opten o no hayan superado la evaluación continuada de la asignatura.

4.Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1.Presentación metodológica general

Se propone una asignatura con un modelo de enseñanza que no está protagonizado por la clase magistral. Competencias como la organización del tiempo, el trabajo en equipo, la capacidad para defender sus ideas en castellano y en inglés (voluntario) son en sí mismas explicadas, aplicadas y evaluadas, tanto en actividades grupales como individuales. Además, evidentemente, de evaluar los resultados de aprendizaje que se proponen en la asignatura. El examen como prueba de evaluación, cede su protagonismo a la resolución de casos y seminarios.

4.2.Actividades de aprendizaje

La distribución de horas entre las diferentes actividades planificadas en el curso se muestra en el cuadro siguiente:

Clase magistral	20h
Resolución de problemas y casos en el aula	20h
Trabajos (preparación de casos y seminarios)	37h
Estudio personal	20h
Pruebas de evaluación (examen)	3h
Total	100h

4.3.Programa

Tema 1. Nuevo entorno económico y empresarial e implicaciones

1. Tendencias en la organización de la producción (industria 4.0)
2. Impacto económico
3. Impacto laboral
4. Impacto social, cuestiones éticas.

Tema 2. Apropiación del valor de las innovaciones

1. Introducción breve a la innovación, tipos, impacto, evolución.
2. Mecanismos de apropiación (Patente y propiedad intelectual. Secreto industrial. Activos complementarios. Ventajas del pionero)
3. Estrategias de apropiación (hacer, ceder, colaborar)

Tema 3. Innovación abierta

1. Definir, comparar con modelo tradicional. Ventajas, desventajas, oportunidades
2. Comprar la innovación: Mercados de tecnología y Capacidad de Absorción
3. Desarrollar con competidores: la colaboración
4. Desarrollar con usuarios: Lead users
5. Crowdsourcing y concursos de ideas.

Tema 4. Ecosistemas tecnológicos

1. Introducción. Aspectos básicos. Existencia, vínculos. Disrupción tecnológica
2. Diseño dominante
3. Estándares tecnológicos. Patentes esenciales.
4. Plataforma tecnológica

Tema 5. La organización de la empresa digital

1. Arquitectura organizativa
2. Innovaciones de gestión
3. Organización para la innovación
4. Gestionar el cambio organizativo hacia la Industria 4.0

Tema 6. La estrategia en la economía digital

1. El nuevo entorno para los negocios
2. Las estrategias genéricas y la cadena de valor reinterpretadas
3. Nuevos modelos de negocio: economía colaborativa, plataformas, monedas digitales, etc.

Tema 7. El marketing en la economía digital

1. Introducción.
2. La comunicación de la empresa en los medios digitales
3. La distribución: todavía una variable de marketing?

4.4.Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

La información sobre los horarios de las clases y las pruebas de evaluación puede encontrarse en la página web de la Escuela de Ingeniería y Arquitectura: <http://eina.unizar.es>

Todo el trabajo presencial se desarrollará en las horas de clase previstas programadas por el centro, en principio en horario de tarde en el primer cuatrimestre del curso.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

<http://psfunizar7.unizar.es/br13/egAsignaturas.php?codigo=29980&Codcentro=110>