Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Complutense de Madrid

MÁSTER EN INVESTIGACIÓN DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS, MARKETING Y CONTABILIDAD

OPERACIONES, TECNOLOGÍA Y CADENA DE SUMINISTROS	
Código	608599
Módulo	Fundamentos de Investigación en Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad
Materia	Fundamentos de Investigación en Dirección de Empresas
Carácter	Optativo
Créditos ECTS	6
Curso	1º
Semestre	2
Departamento	Organización de Empresas
Coordinador/a	Francesco Domenico Sandulli
Correo	sandulli@ccee.ucm.es

SINOPSIS

DESCRIPTOR

La asignatura introduce a los estudiantes tanto los conceptos básicos como los últimos avances y líneas de investigación académica en dirección de operaciones y dirección de la tecnología.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

El conocimiento de los fundamentos de la estadística descriptiva, probabilidad e inferencia son esenciales a la hora de emprender el estudio de las técnicas estadísticas avanzadas.

OBJETIVOS FORMATIVOS

Se espera que el estudio de la asignatura proporcione al alumnado pautas para poder desarrollar investigaciones en el ámbito de la dirección de operaciones y de la tecnología. Los estudiantes aprenderán los aspectos relativos al proceso de investigación tanto en su fundamentación teórica (marco conceptual) como en la elaboración de modelos de análisis genéricos y específicos, así como la obtención de resultados de la investigación aplicada. Para ello el estudiante deberá conocer la investigación más reciente en:

– Estrategia de operaciones.
– Gestión de la Cadena de Suministro
– Operaciones en Servicios
– Mercados Electrónicos
– Retorno a la Inversión Tecnológica
– Nuevos Modelos de Negocios TIC
– Nuevas Tecnologías (IA, Industria 4.0) y su impacto en el negocio

COMPETENCIAS

Generales: CG2, CG3, CG8, CG9,CG10, CB6, CB7, CB10
Transversales: CT3, CT5, CT7
Específicas: CE1, CE3
Ver descripción de competencias

METODOLOGÍA DOCENTE

Las actividades con la presencia del profesor permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos de la materia para reflexionar y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros. Así el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación. Las Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor sus dudas y preguntas. Las actividades sin la presencia del profesor serán: Los estudiantes habrán de estudiar, analizar y resumir artículos o investigaciones académicas sobre contenidos de la materia. Los alumnos deberán realizar revisiones bibliográficas sobre alguno de los tópicos de la materia, todo ello para permitir al estudiante aprender los conceptos básicos de la materia

CONTENIDO TEMÁTICO

TEMA 1. Investigación en Dirección de la Tecnología

I. Investigación sobre retorno a la inversión tecnológica
II. Investigación sobre Mercados Electrónicos
III. Investigación sobre Nuevos Modelos de Negocio Tecnológicos
IV. Nuevas tecnologías y su impacto en el negocio
V. Protección de Tecnología

TEMA 2. Investigación en Estrategia de Operaciones

I. Temas actuales de investigación en Estrategia de Operaciones
II. Temas actuales de investigación en Gestión de la Cadena de Suministro
III. Temas actuales de investigación en Operaciones en Servicios y Servitización

ACTIVIDADES DOCENTES

Actividad	% del total de horas*	Presencialidad
Clases teóricas	14%	100%
Discusión y presentación de artículos e investigaciones	14%	100%
Seminarios	1%	100%
Tutorías	2%	100%
Actividades de evaluación	1%	100%
Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas	45%	0%
Estudio personal	23%	0%

*1ECTS=25 horas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Análisis y resumen de artículos e investigaciones académicas.	35%
Discusión y presentación oral de artículos e investigaciones	50%
Examen	0%
Participación activa en el aula	15%
Participación activa en el aula y en actividades prácticas a través de las intervenciones del alumno resolviendo problemas, planteando dudas y discusiones.	

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se prestará especial atención a la discusión y presentación de artículos e investigaciones: el estudiante analizará y discutirá artículos e investigaciones académicas específicos de la materia, que previamente habrá preparado individualmente y/o en grupo. El objetivo es que el estudiante trabaje con ejemplos reales de investigación que le permitan ver las principales teorías, variables que conformen cada modelo específico de análisis, la metodología y los resultados empíricos obtenidos, con sus consiguientes contribuciones y líneas futuras de investigación.

En la convocatoria extraordinaria, los elementos de evaluación a recuperar (análisis y resumen de artículos) supondrán al menos un 50% de la calificación final. Para el porcentaje restante de la calificación final, se considerará el máximo entre la calificación obtenida en la convocatoria ordinaria en los elementos de evaluación no recuperados y la calificación final ordinaria.

CRONOGRAMA ORIENTATIVO

Semana	Contenidos y actividades
1ª	Presentación de la Asignatura
2ª	Retorno a la Inversión en Tecnología
3ª	Mercados Electrónicos
4ª	Nuevos Modelos de Negocio y Tecnología
5ª	Nuevas Tecnologías y su Impacto en el Negocio
6ª	Nuevas Tecnologías y su Impacto en el Negocio
7ª	Protección de la Tecnología
8ª	Estrategia de Operaciones
9ª	Cadena de Suministro
10ª	Cadena de Suministro
11ª	Operaciones en Servicios
12ª	Operaciones en Servicios

NOTA: Cada sesión son cuatro horas lectivas. Este calendario es orientativo puesto que las fiestas laborales, los periodos no lectivos y el normal desarrollo de la clase puede alterar el desarrollo planificado de los temas.

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Complutense de Madrid

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Akerlof, G. A. (1978). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. In Uncertainty in Economics, 235-251.
2. Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2000). Beyond computation: Information technology, organizational transformation and business performance. The Journal of Economic Perspectives, 23-48.
3. Bloom, N., Garicano, L., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2014). The distinct effects of information technology and communication technology on firm organization. Management Science, 60(12), 2859-2885.
4. Catalini, C., & Gans, J. S. (2016). Some simple economics of the blockchain (No. w22952). National Bureau of Economic Research.
5. Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2006). Strategies for two-sided markets. Harvard business review, 84(10), 92.
6. Genovese, A., Acquaye, A. A., Figueroa, A., & Koh, S. L. (2017). Sustainable supply chain management and the transition towards a circular economy: Evidence and some applications. Omega, 66, 344-357.
7. Malone, T. W., Yates, J., & Benjamin, R. I. (1987). Electronic markets and electronic hierarchies. Communications of the ACM, 30(6), 484-497.
8. Melo, M. T., Nickel, S., & Saldanha-Da-Gama, F. (2009). Facility location and supply chain management–A review. European journal of operational research, 196(2), 401-412.
9. Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital Innovation Management: Reinventing innovation management research in a digital world. MIS Quarterly, 41(1).
10. Powell, T. C. (2006). Total quality management as competitive advantage: a review and empirical study. Strategic management journal, 16(1), 15-37.
11. Speranza, M. G. (2018). Trends in transportation and logistics. European Journal of Operational Research, 264(3), 830-836.
12. Ward, P. T., McCreery, J. K., Ritzman, L. P., & Sharma, D. (2007). Competitive priorities in operations management. Decision Sciences, 29(4), 1035-1046.
13. Frederico, G. F., Garza-Reyes, J. A., Anosike, A., & Kumar, V. (2020). Supply Chain 4.0: concepts, maturity and research agenda. Supply Chain Management: An International Journal, 25(2), 262-282.
14. Ivanov, D., & Dolgui, A. (2022). The shortage economy and its implications for supply chain and operations management. International Journal of Production Research, 60(24), 7141-7154.
15. Zhou, L., Jiang, Z., Geng, N., Niu, Y., Cui, F., Liu, K., & Qi, N. (2022). Production and operations management for intelligent manufacturing: A systematic literature review. International Journal of Production Research, 60(2), 808-846.
16. Ivanov, D., Tang, C. S., Dolgui, A., Battini, D., & Das, A. (2021). Researchers' perspectives on Industry 4.0: multi-disciplinary analysis and opportunities for operations management. International Journal of Production Research, 59(7), 2055-2078.

17. Zhang, F., Wu, X., Tang, C. S., Feng, T., & Dai, Y. (2020). Evolution of operations management research: From managing flows to building capabilities. Production and Operations Management, 29(10), 2219-2229.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Bharadwaj, A. S. (2000). A resource-based perspective on information technology capability and firm performance: an empirical investigation. MIS quarterly, 169-196.

Brynjolfsson, E., & Smith, M. D. (2000). Frictionless commerce? A comparison of Internet and conventional retailers. Management Science, 46(4), 563-585.

Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., & West, J. (Eds.). (2014). New frontiers in open innovation. OUP Oxford.

George, G., Haas, M. R., & Pentland, A. (2014). Big data and management. Academy of Management Journal, 57(2), 321-326.

Jones, M. R., & Karsten, H. (2008). Giddens's structuration theory and information systems research. MIS quarterly, 32(1), 127-157.

Mallapragada, G., Grewal, R., Mehta, R., & Dharwadkar, R. (2015). Virtual interorganizational relationships in business-to-business electronic markets: heterogeneity in the effects of organizational interdependence on relational outcomes. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(5), 610-628.

Marston, S., Li, Z., Bandyopadhyay, S., Zhang, J., & Ghalsasi, A. (2011). Cloud computing—The business perspective. Decision support systems, 51(1), 176-189.

Stadtler, H. (2015). Supply chain management: An overview. In Supply chain management and advanced planning (pp. 3-28). Springer Berlin Heidelberg.

Peng, D. X., & Lai, F. (2012). Using partial least squares in operations management research: A practical guideline and summary of past research. Journal of Operations Management, 30(6), 467-480.

Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. Harvard business review, 79(3), 62-79

West, J., & Bogers, M. (2014). Leveraging external sources of innovation: a review of research on open innovation. Journal of Product Innovation Management, 31(4), 814-831.

Chesbrough, H. (2012). Open innovation: Where we've been and where we're going. Research-Technology Management, 55(4), 20-27.

Brynjolfsson, E., Rock, D., & Syverson, C. (2017). Artificial Intelligence and the Modern Productivity Paradox: A Clash of Expectations and Statistics (No. w24001). National Bureau of Economic Research.

Nielsen, P. A., & Persson, J. S. (2017). Useful business cases: value creation in IS projects. European Journal of Information Systems, 26(1), 66-83.

Kim, D. Y., Kumar, V., & Kumar, U. (2012). Relationship between quality management practices and innovation. Journal of operations management, 30(4), 295-315

Govindan, K., Soleimani, H., & Kannan, D. (2015). Reverse logistics and closed-loop supply chain: A comprehensive review to explore the future. European Journal of Operational Research, 240(3), 603-626.

West, J., & Bogers, M. (2014). Leveraging external sources of innovation: a review of research on open innovation. Journal of Product Innovation Management, 31(4), 814-831.

Rochet, J. C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. Journal of the european economic association, 1(4), 990-1029.

Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2006). Strategies for two-sided markets. Harvard business review, 84(10), 92.

OTROS RECURSOS

- Materiales docentes disponibles para el alumno a través del “Campus Virtual”.