

Estudio: **MICROCREDENCIAL UNIVERSITARIA EN COMPETENCIAS DIGITALES
PARA LA TRANSFORMACIÓN 4.0 EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA**

Código Plan de Estudios: **FC73**

Año Académico: **2023-2024**

ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:

CURSO	Obligatorios		Optativos		Prácticas Externas	TFM/Memoria/ Proyecto	Créditos Totales
	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Créditos	
1º	15	3					15
2º							
3º							
ECTS TOTALES	15						15

PROGRAMA TEMÁTICO:

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
707288	1	NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR TLM	OB	5
707289	1	TRANSPORTE Y LOGÍSTICA: TRANSFORMACIÓN 4.0	OB	5
707290	1	MARKETING Y COMERCIO DIGITAL: ESTRATEGIAS SECTORIALES TLM	OB	5

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Microcredencial Universitaria en Competencias Digitales para la Transformación 4.0 en Transporte y Logística	
Nombre de la asignatura	NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR TLM	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Antonio de Lucas Ancillo	
Idioma en el que se imparte	español	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Antonio de Lucas Ancillo

DISTRIBUCIÓN DE CARGA DE TRABAJO		ECTS	Horas
Sesiones presenciales/on-line asistencia profesor/a	Teóricas		15
	Prácticas		25
Trabajo personal del estudiante			85
Total		5	125

CONTENIDOS (Temario)

- Presentación del módulo. Las TIC: su impacto en la empresa y en la sociedad. TIC en el sector de transporte, logística y movilidad.
Caso: Elaboración del Plan de Transformación Tecnológica de una empresa del sector - Fase inicial
- Sistemas Empresariales I: ERP (Enterprise Resource Planning) y CRM (Customer Relationship Management) y SCM (Supply Chain Management)
Caso: Elaboración del Plan de Transformación Tecnológica de una empresa del sector - Fase 1
- Sistemas Empresariales II: e-Business, Sistemas de trabajo colaborativo; Sistemas de aprendizaje e-Learning; Sistemas de gestión del conocimiento (KM); Sistemas de gestión de contenidos (CMS); Sistemas de movilidad y teletrabajo, Sistemas de intercambio electrónico de datos (EDI).
Caso: Elaboración del Plan de Transformación Tecnológica de una empresa del sector - Fase 2
- Sistemas Empresariales III: Sistemas de comunicación; Sistemas de Business Intelligence; Business Analytics; BigData; Sistemas de información geográfica (GIS); Sistemas de gestión de flotas; Sistemas de Geolocalización; Sistemas de planificación en tiempo real.
Caso: Elaboración del Plan de Transformación Tecnológica de una empresa del sector - Fase 3
- Sistemas Empresariales IV: WMS (Warehouse Management System); MES (Manufacturing Execution System); TMS (Transportation Management System); ITV (In Transit Visibility).
Caso: Elaboración del Plan de Transformación Tecnológica - Fase 4
- Presentación de casos prácticos - Plan de Transformación Tecnológica de la empresa del sector trabajada.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

CSI1 - Capacidad de integrar soluciones de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y procesos empresariales para satisfacer las necesidades de información de las organizaciones, permitiéndoles alcanzar sus objetivos de forma efectiva y eficiente, dándoles así; ventajas competitivas.

CSI3 - Capacidad para participar activamente en la especificación, diseño, implementación y mantenimiento de los sistemas de información y comunicación.

CSI5 -Capacidad para comprender y aplicar los principios de la evaluación de riesgos y aplicarlos correctamente en la elaboración y ejecución de planes de actuación.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La asistencia será obligatoria de al menos el 85% de las horas. El rendimiento de los alumnos será evaluado por su trabajo, conocimientos y destrezas adquiridas y la mejora de su proceso de aprendizaje. La evaluación continua supone un 80% de la calificación, se basa en la participación en clase y en la plataforma de e-learning, la realización de investigaciones orientadas y la búsqueda de información sobre los temas tratados, así como la elaboración de casos prácticos y defensa de los mismos. Para aprobar la asignatura el estudiante deberá superar satisfactoriamente el conjunto de pruebas, es decir, las actividades propuestas y el examen, entendiendo que todas ellas en conjunto evalúan la adquisición de todas las competencias desarrolladas.

BIBLIOGRAFÍA

Organisation for Economic Co-operation and Development (Executive) (OECD), "Internet Economy Outlook", 2012.

PwC, "Global Entertainment and Media Outlook: 2012-2016", 2012.

IAB Spain, Libros blancos y estándares.

INESDI, "Top 25 Profesiones Digitales", 2017

FTI – AMETIC, "Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012 – 2017 – PAFET VII", 2012.

Material entregado y recomendado por los docentes como apuntes de clase e Internet (links a vídeos y documentación, artículos de revistas especializadas y determinados sitios web recomendados a lo largo del curso)

Se puede utilizar de forma complementaria:

De Lucas Ancillo, Antonio. Introducción general a los ERPs. Ed. IDOE, 2010

De Lucas Ancillo, Antonio. Introducción al CRM. Ed. IDOE, 2010

De Lucas Ancillo, Antonio. Introducción al e-business. Ed. IDOE, 2010

De Lucas Ancillo, Antonio. Introducción al SCM y al e-Procurement. Ed. IDOE, 2010

De Lucas Ancillo, Antonio. Gestión del conocimiento. Ed. IDOE, 2010

De Lucas Ancillo, Antonio. Mobile business. Ed. IDOE, 2010

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Microcredencial Universitaria en Competencias Digitales para la Transformación 4.0 en Transporte y Logística	
Nombre de la asignatura	TRANSPORTE Y LOGÍSTICA: TRANSFORMACIÓN 4.0	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Juan Corro Bessler	
Idioma en el que se imparte	español	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Juan Corro Bessler

DISTRIBUCIÓN DE CARGA DE TRABAJO		ECTS	Horas
Sesiones presenciales/on-line asistencia profesor/a	Teóricas		15
	Prácticas		25
Trabajo personal del estudiante			85
Total		5	125

CONTENIDOS (Temario) MODULO 2

- Presentación del módulo. Economía Digital; La Sociedad de la Información y el Conocimiento; La información y sus procesos; La Digitalización de la Empresa; Industria 4.0 y Transformación Digital. Caso: Elaboración del Plan de Necesidad Digital - Fase 1
- Teoría: Interoperabilidad y tecnologías digitales; Punto de acceso nacional multimodal (NAP); Habilitadores Digitales I (IoT, 5G, Cloud/Cloud Computing, BigData, Impresión 3D y 4D) Caso: Elaboración del Plan de Necesidad Digital - Fase 2
- Teoría: Habilitadores Digitales II (Realidad Virtual/Aumentada/Mixta, Robótica, Drones, Sistemas UAS, Nanotecnología, Blockchain, Smart Contract, Ciberseguridad, Inteligencia Artificial / Machine Learning, Gemelo Digital) Caso: Elaboración del Plan de Necesidad Digital - Fase 3
- Teoría: Smart Cities; Infraestructuras Inteligentes; Sistemas de mantenimiento 4.0; Gestión del cambio dentro del Plan de Transformación Digital Caso: Elaboración del Plan de Necesidad Digital - Fase 4
- Metodologías de gestión de proyectos; Desarrollo de metodologías ágiles: Kanban, Lean. Scrum, Agile, etc. Caso: Aplicación de metodologías ágiles al Plan de Necesidad Digital
- Presentación de casos prácticos - Plan de Necesidad Digital de una empresa del sector trabajada durante todo el módulo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

CS13 - Capacidad para participar activamente en la especificación, diseño, implementación y mantenimiento de los sistemas de información y comunicación.

CS14 - Capacidad para comprender y aplicar los principios y prácticas de las organizaciones, de forma que puedan ejercer como enlace entre las comunidades técnica y de gestión de una organización y participar activamente en la formación de los usuarios.

CS15 - Capacidad para comprender y aplicar los principios de la evaluación de riesgos y aplicarlos correctamente en la elaboración y ejecución de planes de actuación.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La asistencia será obligatoria de al menos el 85% de las horas. El rendimiento de los alumnos será evaluado por su trabajo, conocimientos y destrezas adquiridas y la mejora de su proceso de aprendizaje. La evaluación continua supone un 80% de la calificación, se basa en la participación en clase y en la plataforma de e-learning, la realización de investigaciones orientadas y la búsqueda de información sobre los temas tratados, así como la elaboración de casos prácticos y defensa de los mismos. Para aprobar la asignatura el estudiante deberá superar satisfactoriamente el conjunto de pruebas, es decir, las actividades propuestas y el examen, entendiéndose que todas ellas en conjunto evalúan la adquisición de todas las competencias desarrolladas.

BIBLIOGRAFÍA MODULO 2

LAUDON, K.C. & LAUDON, J.P. (2007) Management Information Systems: Managing the Digital Firm. Prentice Hall. 10th Edition

URBAN, E., LEIDNER, D., MCLEAN, E. & WETHERBE, J. (2005) Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy. John Wiley & Sons, 5th Edition

CHASE, Larry. Comercio electrónico. Limusa

RUFÍN, Ramón y REINA, M Dolores. Fundamentos del Marketing. CERA.

RODRIGUEZ, Imma. Marketing.com y Comercio Electrónico en la Sociedad de la Información. Ediciones Pirámide

Asociación Española de la Economía Digital (adigital), "Libro Blanco de Logística para Comercio Electrónico", 2016.

Artículos de revistas especializadas y determinados sitios web recomendados a lo largo del curso
Documentos publicados por el IDOE, Universidad de Alcalá

Apuntes de clase e Internet (links a vídeos y documentación)

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Microcredencial Universitaria en Competencias Digitales para la Transformación 4.0 en Transporte y Logística	
Nombre de la asignatura	MARKETING Y COMERCIO DIGITAL: ESTRATEGIAS SECTORIALES TLM	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Sorin Gavrilă Gavrilă	
Idioma en el que se imparte	español	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Sorin Gavrilă Gavrilă

DISTRIBUCIÓN DE CARGA DE TRABAJO		ECTS	Horas
Sesiones presenciales/on-line asistencia profesor/a	Teóricas		15
	Prácticas		30
Trabajo personal del estudiante			80
Total		5	125

CONTENIDOS (Temario)

- Teoría: Presentación del módulo. Introducción al comercio electrónico y tipos de e-Commerce; e-Commerce en el sector logístico, de transporte y movilidad.
Caso: Preparación de un caso de aplicación de una empresa / modelo de negocio dentro del sector
- Teoría: Planificación y estrategias de Comercio Electrónico; Plataformas tecnológicas y modelos de Comercio Electrónico.
Caso: Análisis de la estrategia a adoptar en la empresa / modelo de negocio objeto de estudio.
- Teoría: Marketing y marketing digital; Estrategias de marketing on-line, redes sociales y posicionamiento online; Customer Experience y Digital Customer Experience.
Caso: Estudio de las estrategias de marketing on-line aplicables a la empresa / modelo de negocio del caso. Planteamiento de redes sociales y plan de posicionamiento online. Aplicación del BigData. Experiencia del cliente (viajero).
- Plataformas tecnológicas y marketplaces; Sistemas de pago electrónico.
Caso: Elección de plataformas, tecnologías y/o software para realizar un adecuado planteamiento on-line de la empresa / modelo de negocio del caso.
- Teoría: Brecha digital; La digitalización: aspectos éticos; La digitalización: política y aspectos relacionados; Nuevos modelos de negocio digitales.
Caso: Estudio de opciones y variantes de negocio digital sobre la empresa / modelo de negocio del caso, análisis de los aspectos éticos y políticos.
- Presentación de casos prácticos – Exposición del caso de e-commerce trabajado durante el curso con presencia on-line, marketing, posicionamiento, plataforma y resultado final.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

CSI1 - Capacidad de integrar soluciones de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y procesos empresariales para satisfacer las necesidades de información de las organizaciones, permitiéndoles alcanzar sus objetivos de forma efectiva y eficiente, dándoles así; ventajas competitivas.

CSI3 - Capacidad para participar activamente en la especificación, diseño, implementación y mantenimiento de los sistemas de información y comunicación.

CSI4 - Capacidad para comprender y aplicar los principios y prácticas de las organizaciones, de forma que puedan ejercer como enlace entre las comunidades técnica y de gestión de una organización y participar activamente en la formación de los usuarios.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La asistencia será obligatoria de al menos el 85% de las horas. El rendimiento de los alumnos será evaluado por su trabajo, conocimientos y destrezas adquiridas y la mejora de su proceso de aprendizaje. La evaluación continua supone un 80% de la calificación, se basa en la participación en clase y en la plataforma de e-learning, la realización de investigaciones orientadas y la búsqueda de información sobre los temas tratados, así como la elaboración de casos prácticos y defensa de los mismos. Para aprobar la asignatura el estudiante deberá superar satisfactoriamente el conjunto de pruebas, es decir, las actividades propuestas y el examen, entendiéndose que todas ellas en conjunto evalúan la adquisición de todas las competencias desarrolladas.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación Española de la Economía Digital (adigital), “Libro Blanco del Comercio Electrónico, 2ª edición”, 2012.

Asociación Española de la Economía Digital (adigital), “Libro Blanco de Logística para Comercio Electrónico”, 2016.

Organisation for Economic Co-operation and Development (Executive) (OECD), “Internet Economy Outlook”, 2012.

CHASE, Larry. Comercio electrónico. Limusa

RUFÍN, Ramón y REINA, M Dolores. Fundamentos del Marketing. CERA.

ALONSO, Ana Belén. Comercio Electrónico. Dykinson

RODRIGUEZ, Imma. Marketing.com y Comercio Electrónico en la Sociedad de la Información. Ediciones Pirámide

ANGUIANO, Jose María. Guía de comercio electrónico. COEPA (Confederación Empresarial de la provincia de Alicante)

LLOPYS, Jaume. Dirigiendo y reinventando la empresa. Gestión 2000.com

Asociación Española de la Economía Digital (adigital), “Libro Blanco de Logística para Comercio Electrónico”, 2016.

Apuntes de clase e Internet (links a vídeos y documentación)