

OPTATIVIDAD GRADO ADE

Departamento de Gestión Empresarial

Itinerario de Dirección

INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA

Profesor responsable:

Miguel Ángel López Gómez

Correo electrónico:

malopez@icade.comillas.edu

Objetivos:

- I. Conocer los elementos dinámicos de la ventaja competitiva de la empresa: tecnología e innovación.
- II. Conocer las principales estrategias de gestión de la tecnología y la innovación de una empresa.
- III. Práctica del análisis crítico sobre las distintas alternativas de gestión.

Contenidos:

- I. Marco conceptual de la gestión de la tecnología y la innovación.
- II. Decisiones clave en la gestión estratégica de la tecnología y de la innovación. Ventaja competitiva en sectores emergentes e intensivos en tecnología.
- III. La evolución de la tecnología. Cambio tecnológico e innovación disruptiva.

- IV. La organización para la innovación. La innovación abierta.
- V. La difusión y la adopción de la innovación.
- VI. Estrategias para la adquisición y explotación comercial de las tecnologías.
- VII. La singularidad de los sectores caracterizados por la presencia de estándares de mercado.
- VIII. La gestión de las personas en entornos innovadores. Creatividad.
- IX. Protección de la innovación y el conocimiento.
- X. Gestión del conocimiento.
- XI. Internet y la digitalización de las actividades de la empresa.
- XII. Innovación y sostenibilidad.
- XIII. La innovación en España.



GOBIERNO CORPORATIVO

Profesor responsable:

Paloma Bilbao Calabuig

Correo electrónico:

pbilbao@icade.comillas.edu

Objetivos:

- I. Describir los objetivos estratégicos del gobierno corporativo.
- II. Explicar y aplicar las distintas teorías sobre el papel de los mecanismos de gobierno en la mejora del desempeño/éxito empresarial.
- III. Describir el papel que ha de jugar los principales involucrados en el gobierno de la empresa: el consejo de administración y sus comisiones, y los propietarios de la empresa.
- IV. Localizar las diferencias nacionales de gobierno corporativo en el mundo, comprendiendo sus ventajas e inconvenientes.
- V. Evaluar el gobierno de una empresa desde la perspectiva de un inversor (o potencial inversor) en dicha compañía.
- VI. Usar teorías y herramientas para evaluar un determinado sistema de gobierno de una empresa.

Contenidos:

- I. Introducción: la empresa privada y su propiedad, la empresa cotizada, la empresa en los sistemas de libre mercado, la función de dirección, la función de control.
- II. El gobierno de la empresa: el concepto de gobierno corporativo, los fundamentos teóricos del gobierno corporativo, los actores del gobierno corporativo, análisis y evaluación de los diferentes modelos de gobierno corporativo, fracasos del gobierno corporativo, formación y funcionamiento del gobierno corporativo.
- III. El control estratégico: poder, confianza y liderazgo; el control interno y control externo; el lado humano del gobierno de empresa.



SOSTENIBILIDAD Y EMPRESA

Profesor responsable:

Amparo Merino de Diego

Correo electrónico:

amerino@icade.comillas.edu

Objetivos:

- I. Conocer los principales desafíos ecológicos y sociales del sistema económico dominante y con la forma en la que condicionan la manera de entender y organizar la producción y el consumo.
- II. Comprender la influencia que el paradigma económico emergente, basado en la idea de sostenibilidad, puede ejercer en el papel que las empresas desempeñan en la sociedad y en la forma en la que son administradas.
- III. Tomar contacto con estrategias, políticas y herramientas de gestión empresarial que surgen como respuesta a la insostenibilidad del sistema económico actual

Contenidos:

- I. Un nuevo entorno empresarial:
 - La emergencia de un contexto cambiante y ampliado para la empresa.
 - Los imperativos para el sistema económico y la actividad empresarial que constituyen la sostenibilidad ambiental y la justicia social.
 - Planteamientos alternativos dirigidos a situar la justicia social, la calidad de vida y la sostenibilidad ambiental en el centro de la economía y la actividad empresarial.
- II. Retos para la administración de la empresa:
 - El concepto de la empresa desde la perspectiva de la sostenibilidad.
 - Análisis y valoración de prácticas en la cadena de valor de la empresa desde la sostenibilidad.



NEGOCIOS INTERNACIONALES

Profesor responsable:

Laura Fernández Méndez

Correo electrónico:

lfmendez@icade.comillas.edu

Objetivos:

- I. Comprender las claves del contexto socio-económico, político y cultural que enmarcan la internacionalización de las organizaciones.
- II. Aplicar los principales modelos y herramientas disponibles para la identificación y valoración de las amenazas y oportunidades del contexto internacional de la empresa.
- III. Evaluar las diferentes estrategias de internacionalización y de entrada a nuevos mercados para seleccionar las opciones adecuadas a cada contexto.
- IV. Escuchar, argumentar y criticar acerca de las implicaciones éticas de la actividad internacional de las empresas.

Contenidos:

- I. La globalización de los mercados y de la producción. Los motores de la globalización. La empresa en una economía global cambiante.
- II. La teoría del comercio internacional. La empresa multinacional y la inversión directa en el exterior.
- III. Diferencias económicas regionales: sistemas políticos; sistemas económicos; el desarrollo económico y la empresa multinacional.
- IV. Diferencias culturales nacionales: el concepto de cultura; estructuras sociales; sistemas de valores y creencias; lenguaje y educación.
- V. La entrada en los mercados exteriores: la estrategia internacional como marco; decisiones básicas para la entrada en mercados exteriores; formas de entrada.
- VI. Organización de la empresa multinacional: estructura organizativa; cultura organizacional; cadenas de valor globales.



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Profesor responsable:

Manuel Morales Contreras

Correo electrónico:

mfcontreras@icade.comillas.edu

Objetivos:

- I. Cómo mejorar la eficiencia **logística** en un proceso de producción o de distribución.
- II. Acelerar el flujo de producto a lo largo de la **cadena de suministro**, sin incurrir en costes excesivos.
- III. Trazar **estrategias** para limitar los problemas logísticos de la cadena de suministro.
- IV. Acordar estrategias con **otros agentes** de la cadena de suministro.
- V. Conocer las **aplicaciones informáticas y de comunicación** para la mejora de la gestión de las actividades de la cadena de suministro.

Contenidos:

- I. La función logística.
- II. Análisis de las **relaciones proveedor – cliente**. La colaboración entre los agentes participantes en la gestión de la cadena.
- III. **Logística de la producción**.
- IV. La gestión de la cadena de suministros.
- V. Logística de los **intercambios internacionales**.
- VI. El producto.
- VII. Los procesos y estrategias en la cadena de suministros.
- VIII. **Optimización** de redes de distribución.

LIDERAZGO Y CAMBIO

Profesor responsable:

Eduardo Gismera Tierno

Correo electrónico:

egismera@comilla.edu

Objetivos:

- I. Entender las **habilidades directivas** como parte esencial de las ciencias de la administración.
- II. **Actitud proactiva** y ética ante la gestión y la dirección.
- III. Conocimiento de las propias **fortalezas y debilidades**.
- IV. **Entrenar y desarrollar sus habilidades y competencias** directivas.

Contenidos:

- I. Liderazgo transformacional y motivación.
- II. La toma de **decisiones** en la dirección.
- III. Las **Entrevistas** de trabajo del directivo.
- IV. Dirección de **reuniones** y trabajo en equipo.
- V. Organización del tiempo, **delegación** y gestión del **estrés**.
- VI. Gestión del **cambio** organizacional y generación de culturas empresariales.



TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

Profesor responsable:

M^a Guadalupe Esteban Cerezo

Correo electrónico:

mgesteban@comillas.edu

Objetivos:

- I. **Mejorar** su habilidad negociadora.
- II. Incrementar el nivel de conciencia del **proceso**.
- III. Introducir conceptos y **herramientas** que mejoren su efectividad negociadora.
- IV. Reflexionar sobre su estilo personal y ver qué **impacto** tiene sobre los demás.

Contenidos:

- I. Técnica de negociación: la Negociación basada en los **Principios**.
- II. **Crear y distribuir valor**.
- III. **Comportamiento** interpersonal.
- IV. Comunicación verbal y no verbal.
- V. Ética profesional.
- VI. Resolución de **Conflictos**.

LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

Profesor responsable:

Juan Antonio Gil Serra

Correo electrónico:

jagil@comillas.edu

Objetivos:

- I. Conocer y comprender la estructura y contenido del **plan de negocio**. Entender la utilidad del plan de negocio para la **planificación** y puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial, y para la **búsqueda de financiación** propia y ajena. Conocer los **aspectos jurídicos** relativos a la creación de empresas. Conocer las ayudas de organismos públicos y privados para la creación de empresas.
- II. Generar **ideas** conceptos y **modelos** de negocio. Identificar y analizar **oportunidades** de negocio y valorar la **viabilidad comercial** y **financiera** de esos proyectos. Identificar los aspectos clave para la creación de una empresa: **marketing, operaciones, finanzas, organización y capital humano**.
- III. Capacidad creativa para la **generación de ideas** y resolución de problemas empresariales. Espíritu **emprendedor** y capacidad de **liderazgo** de proyectos empresariales. Capacidad de **autocrítica e iniciativa** para **aprender de los errores y reorientar su trabajo**. **Poder de convicción para defender un plan de negocio** frente **inversores** y **atraer el talento** necesario para la puesta en marcha de un proyecto empresarial.

Contenidos:

- I. Claves para emprender. **Proceso** de emprendimiento.
- II. **Análisis de la oportunidad** de negocio. Generación de **ideas** de negocio. **Modelos** de negocio. Análisis de **viabilidad** de la idea de negocio.
- III. El **plan** de negocio: definición del negocio y de la **propuesta de valor**; plan de **marketing**; plan de **operaciones**; **organización** y **capital humano**; **plan económico financiero**.
- IV. **Financiación** y **lanzamiento** de la nueva empresa. Financiación propia, financiación ajena y lanzamiento del proyecto.

