

DESCRITORES OPTATIVIDAD 4ºE4 2024-2025

✓ **Análisis de Estados Financieros**

Profesor de referencia: Pedro Mirete Ferrer pmmirete@comillas.edu

Dpto de Gestión Financiera - Susana de los Ríos Sastre srios@comillas.edu

OBJETIVOS: Aprender a diagnosticar la situación real de una empresa, en términos financieros y económicos, a través del estudio de los principales documentos contables (Cuentas Anuales, memoria, etc.), puesto que es un factor clave para la toma de decisiones de cualquier negocio. Conocer las técnicas empleadas en la actualidad para interpretar dicha información financiera, detectando puntos débiles y fuertes, y para proyectar a futuro la marcha de una compañía.

CONTENIDO (alineado con el contenido del CFA y de ACCA):



- Información Financiera y técnicas de análisis de los Estados Financieros de una compañía
- Análisis Económico: Solvencia a corto y largo plazo. Apalancamiento Operativo
- Análisis Financiero: Rentabilidad Económica. Rentabilidad Financiera. Apalancamiento Financiero
- Proyecciones y Estimaciones

Software utilizado:



✓ **Comportamiento del Consumidor**

Profesor de referencia: Alfonso Fernández del Hoyo fdelhoyo@comillas.edu

Dpto de Marketing – Isabel Carrero icarrero@comillas.edu

Esta asignatura aporta conceptos fundamentales relacionados con el proceso de compra y trata de explicar mediante el uso de innovadoras herramientas de análisis las variables fundamentales que inciden en el mismo. Es por lo tanto una asignatura básica para todas aquellas personas que quieran trabajar en Marketing, pues conocer al consumidor y sus pautas de conducta es fundamental para poder satisfacer de manera adecuada sus necesidades circunstancia clave donde radica el éxito empresarial actual. Partiendo de la idea base de que comprar es solucionar problemas, en esta asignatura se analiza tanto el proceso de decisión de compra como todas las variables (individuales, grupales y del entorno) que influyen en dicho proceso. Dado que el objeto de estudio apela a aspectos cotidianos y corrientes de nuestras vidas, además aporta claves para analizar la sociedad y para reconocernos como consumidores, proporcionando así una interesante base para la reflexión actual.

✓ **Comunicación**

Profesor de referencia: Carmen Valor Cvalor@comillas.edu

Dpto de Marketing – Isabel Carrero icarrero@comillas.edu

En esta asignatura te sumergirás en las complejidades del *outbound and inbound marketing*. Desde comprender los matices de los medios digitales y no digitales hasta dominar el análisis de resultados, obtendrás ideas claves para optimizar el rendimiento de tu marca. Desarrollarás mensajes persuasivos para tus audiencias. Adquirirás experiencia en *search marketing* tanto orgánico como de pago, desentrañando los misterios de la optimización del rendimiento de la marca a través de un meticuloso análisis de resultados. Aprenderás a utilizar estrategias de comunicación para mejorar el conocimiento de la marca, impulsar el tráfico web y cultivar relaciones duraderas con los clientes. Y, cerrando el proceso, adquirirás las habilidades para medir y analizar resultados de manera efectiva, asegurando que cada acción que realices contribuya al éxito de tu marca.

✓ **Consolidación de Estados Financieros**

Profesor de referencia: Jorge Martín Magdalena jmmagdalena@comillas.edu

Dpto de Gestión Financiera - Susana de los Ríos Sastre srios@comillas.edu

OBJETIVOS: En un mundo cada vez más globalizado, las empresas pueden operar a través de Grupos empresariales con sociedades en distintos países. Los principales objetivos de esta asignatura son, por lo tanto, aprender cómo se consolidan los Estados Financieros de los Grupos Empresariales, para saber cómo analizarlos, en el marco de la preparación del alumno para enfrentarse a operaciones de M&A, consultoría y gestión financiera. El conocimiento de la consolidación de estados financieros es altamente valorado por empleadores en sectores como banca, consultoría, auditoría y corporaciones multinacionales.

CONTENIDO (alineado con el contenido del CFA y de ACCA):



- Grupos Empresariales: estructuras sociedades de dominio entre la sociedad holding y las sociedades dependientes del grupo.
- Proceso de elaboración de las Cuentas Anuales Consolidadas de un Grupo de Empresas.
- Análisis de Cuentas Anuales Consolidadas de grupos empresariales como por ejemplo Inditex, Grupo El Corte Inglés, Repsol, Iberdrola, etc.

Software utilizado:



✓ **Control Presupuestario**

Profesor de referencia: Prof^a. Carmen Bada Olanar mcbada@comillas.edu

Dpto de Gestión Financiera - Susana de los Ríos Sastre srios@comillas.edu

OBJETIVOS: Conocimiento, comprensión y aplicación de los sistemas de planificación y control presupuestario como herramienta para la toma de decisiones en la empresa. Aprender las diferentes herramientas de presupuestación y saber establecer acciones correctoras, a través del seguimiento y control de las desviaciones presupuestarias.

CONTENIDO (alineado con el contenido del CFA y de ACCA):



- Planificación y control presupuestario, diferentes fuentes de información para la toma de decisiones.
- Elaboración del presupuesto: presupuesto operativo, presupuesto financiero.
- Ejecución y control presupuestario para la toma de decisiones: cálculo de desviaciones, las ratios, toma de decisiones.

Software utilizado:



✓ **Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente**

Profesora de referencia: Elisa Aracil

Dpto de Economía - Gonzalo Gómez Bengoechea – gonzalo.gomez@comillas.edu

En este curso analizaremos en profundidad los grandes retos sociales y medioambientales, y sus posibles soluciones económicas, financieras y empresariales. Por ejemplo, a partir de los datos de emisiones de Co2 examinaremos los diversos instrumentos disponibles, públicos y privados, para incentivar la descarbonización. Estos instrumentos incluyen los mercados de carbono, los sistemas de compensación de emisiones (offsets), las Nationally Determined Contributions (NDCs) y otras estrategias clave para combatir el cambio climático. Además de los retos medioambientales, analizaremos problemas sociales y qué mecanismos económicos pueden mitigar, por ejemplo, la desigualdad de ingresos, considerando la dimensión social de las políticas de desarrollo sostenible.

✓ **Economía de la Unión Europea**

Profesor de referencia: Jorge Díaz Lanchas jdlanchas@icade.comillas.edu

Dpto de Economía - Gonzalo Gómez Bengoechea – gonzalo.gomez@comillas.edu

La Unión Europea, como espacio de libertades y crecimiento, se enfrenta a un entorno hostil. Los populismos y el proteccionismo amenazan el gran proyecto de cooperación del último siglo en el mundo. El conocimiento de sus características y de su papel en el mundo permite a los empresarios y *policy-makers* comprender las fortalezas y las debilidades de un modelo de éxito que debe renovarse para seguir creciendo.

✓ **Economía Española**

Profesor de referencia: Javier Ramos Llanos ajramos@icade.comillas.edu

Dpto de Economía - Gonzalo Gómez Bengoechea – gonzalo.gomez@comillas.edu

La optimización de las decisiones empresariales, objetivo básico del grado en Administración y Dirección de Empresas, exige conocer el entorno económico y financiero en el que se producen. La disciplina de Economía española aporta al alumno conocimientos básicos sobre cómo es y cómo funciona el entorno macroeconómico en el que se mueven las empresas españolas, las instituciones económicas que operan en ellos, así como las políticas económicas desarrolladas.

✓ **Economía Mundial**

Profesor de referencia: Gonzalo Gómez Bengoechea

Dpto de Economía - Gonzalo Gómez Bengoechea – gonzalo.gomez@comillas.edu

¿Ha muerto el Trumpismo? ¿Está Biden preparado para transformar la economía americana? ¿Qué papel jugará China en el siglo XXI? ¿Y la Unión Europea? ¿Qué impacto tendrá el COVID en el mundo durante los próximos años? Esta asignatura proporciona las herramientas para analizar y comprender la dinámica y la situación de la economía mundial: la crisis de la globalización, los vínculos entre mercados, estados y reguladores.

✓ **Empresa Sostenible y Gobierno Corporativo**

Profesor de referencia: Amparo Merino amerino@icade.comillas.edu

Dpto de Gestión Empresarial - Antonio Núñez Partido - anup@comillas.edu

La asignatura tiene como objetivo la **reflexión activa**, para que los/as estudiantes 1) conozcan marcos de referencia de sostenibilidad y los **apliquen críticamente a la empresa y su gestión**; y 2) conozcan las **estructuras de gobierno** en las empresas y comprendan cómo y por qué estas estructuras **inciden en la sostenibilidad de la empresa**. Para así, comprender la influencia que el paradigma de la sostenibilidad global puede ejercer en el papel que las empresas desempeñan en la sociedad y en la forma en la que son gobernadas; y, a su vez, **cómo el gobierno de la empresa impacta en la sociedad**. *Mediante un enfoque experiencial, las actividades formativas incluyen estudio de casos, debates, portfolio sobre gobierno corporativo, diario de aprendizaje, creación de un modelo de negocio ecosocial.*

✓ **Fusiones, Adquisiciones y Reestructuraciones Empresariales**

Profesor de referencia: Rocío Sáenz-Diez Rojas rsaenz@comillas.edu

Dpto de Gestión Financiera - Susana de los Ríos Sastre srios@comillas.edu

OBJETIVOS: Comprensión de los fundamentos de las operaciones de concentración empresarial (M&A), conocimiento de los procesos para llevar a cabo dichas operaciones y análisis de los motivos que las impulsan y los factores que pueden hacerlas fracasar.

CONTENIDO (alineado con el contenido del CFA y de ACCA):



- Relación entre el precio pagado, la prima de control, el valor de las sinergias y la creación de valor de la operación.
- El proceso de realización de las fusiones o adquisiciones, desde los puntos de vista contable, fiscal, jurídico y del mercado, distinguiendo entre compradores estratégicos (empresas industriales) y financieros (capital riesgo). Procesos de compra-venta de empresas cotizadas (OPAs) y no cotizadas.
- Aplicación de valoración de empresas mediante el descuento de flujos de caja y múltiplos. Análisis específicos de operaciones de M&A (impacto sobre el BPA, LBOs, etc.)

Software utilizado:   

✓ **Gestión de Carteras e Inversiones**

Profesor referencia: Ignacio Cervera Conte icervera@comillas.edu

Dpto de Gestión Financiera - Susana de los Ríos Sastre srios@comillas.edu

OBJETIVOS: Conocimiento de las teorías, las técnicas y los modelos utilizados para la elaboración de carteras de valores a partir de la política de inversión a seguir, de las condiciones de mercado y de la normativa vigente. Elaboración de políticas de inversión a partir del perfil del inversor. Conocimiento de la tipología de gestión según distintas estrategias. Conocimiento de la tipología de la inversión colectiva (fondos de inversión, SICAVs, *hedge fund*, etc.). Conocimiento de las buenas prácticas en la gestión de carteras.

CONTENIDO (alineado con el contenido del CFA y de ACCA):



- Función del gestor de carteras, herramientas y técnicas disponibles utilizadas en la práctica y diferentes sistemas para evaluar el trabajo de un gestor de carteras.
- Proceso de asignación de activos o *asset allocation*. Utilización de *benchmarks*.
- Gestión activa, pasiva y alternativa.

Software utilizado:     

✓ **Gestión de la Cadena de Suministro (Supply Chain Management)**

Profesor de referencia: Manuel Morales mfcontreras@icade.comillas.edu

Dpto de Gestión Empresarial - Antonio Núñez Partido - anup@comillas.edu

DESCRIPTOR/OBJETIVOS: **mejorar la eficiencia logística** mediante el conocimiento y comprensión de las **claves de la gestión de la cadena de suministro en un contexto global**. En una primera parte, se exponen conceptos sobre el sistema logístico empresarial y las funciones logísticas en la cadena de suministro. En una segunda parte, **se desarrollan las funciones logísticas de aprovisionamientos, producción y distribución física**. A continuación, se exponen conceptos referidos a **estrategias logísticas** en la cadena de suministro, considerando las oportunidades y las amenazas **derivadas de la dimensión internacional** de

las operaciones (pe. la explotación de las ventajas derivadas de la localización más eficiente de aprovisionamiento y de almacenes). *Se añade la reflexión sobre el efecto látigo como fuente de ineficiencias en la cadena de suministro y las relaciones de colaboración entre empresas de la cadena.* Finalmente, se introducen conceptos sobre las **aplicaciones de las tecnologías de la información en la gestión logística de la cadena de suministro (ERP y SCM).**

✓ **Gestión de Riesgos Financieros y Derivados**

Profesor de referencia: Isabel Figuerola-Ferretti ifiguerola@comillas.edu

Dpto de Gestión Financiera - Susana de los Ríos Sastre srios@comillas.edu

OBJETIVOS: Conocimiento y aplicación práctica de los modelos de valoración de productos derivados financieros y su asignación a carteras de inversión. Utilización de los derivados financieros en el control de riesgos financieros.

CONTENIDO (alineado con el contenido del CFA y de ACCA):



- Concepto de riesgo financiero: tipología y herramientas de gestión.
- Conocimiento de las características y usos de los instrumentos financieros derivados: cobertura, especulación y arbitraje. Opciones Financieras, Futuros Financieros y Swaps.
- Modelos de valoración de dichos instrumentos financieros derivados y su uso en gestión de riesgos.

Software utilizado:

✓ **Gestión Estratégica de la Marca/Branding**

Profesor de referencia: Pilar Melara Pmelara@comillas.edu

Dpto de Marketing – Isabel Carrero - icarrero@comillas.edu

Descubre el poder del *branding*. En esta asignatura abordamos cómo la marca se ha convertido en un activo estratégico esencial, superando la importancia del propio producto. Este curso te proporcionará herramientas prácticas para identificar y definir la identidad y posicionamiento de una marca, claves para diferenciarla en un mercado competitivo. Aprenderás a tomar decisiones estratégicas que aumentan el *brand equity*, convirtiéndola en una ventaja competitiva única que atrae y retiene consumidores. Este enfoque te equipará para enfrentarte a desafíos reales en la gestión de marcas, preparándote para crear y sostener marcas fuertes que generen impacto duradero en los negocios. Prepárate para aplicar conceptos estratégicos que transformarán tu perspectiva sobre cómo una marca efectiva puede influir significativamente en el éxito empresarial.

✓ **Historia Económica**

Profesor de Referencia: Riccardo Ciacci rciacci@icade.comillas.edu

Dpto de Economía - Gonzalo Gómez Bengoechea – gonzalo.gomez@comillas.edu

El objetivo del presente curso es ofrecer una introducción a la historia económica, con especial énfasis en la interacción entre la acumulación de capital, los regímenes de desigualdad y el crecimiento. Se abordarán cuestiones como las siguientes. ¿Cómo evolucionó la distribución mundial de producción, ingresos y riqueza, tanto entre países como dentro de ellos, a largo plazo, y cómo podemos dar cuenta de estos cambios? ¿Cuál fue la interacción con la estructura global de propiedad y poder, la colonización y el proceso de formación del Estado? ¿Cómo evolucionan conjuntamente a lo largo del tiempo los regímenes de desigualdad, los regímenes de propiedad y los sistemas políticos? ¿Cuál es la interacción entre el aumento de la desigualdad, las crisis financieras y la cambiante estructura del conflicto político?

✓ **Innovación y Estrategia**

Profesor de referencia: Miguel Ángel López malopez@icade.comillas.edu

Dpto de Gestión Empresarial – Antonio Núñez Partido - anup@comillas.edu

DESCRIPTOR/OBJETIVOS: Conocimiento y comprensión de la metodología y los instrumentos adecuados para la **gestión de la innovación en la empresa**, así como para la explotación de la posible **ventaja competitiva asociada a ella**. De forma más precisa, se valora el **papel de la innovación abierta** en el logro y el mantenimiento de la ventaja competitiva de la empresa en sectores emergentes e intensivos en tecnología. Partiendo de esta realidad, se analizan los **factores determinantes** que intervienen en la formulación de las estrategias de innovación de las empresas, con especial interés en las condiciones organizativas que favorecen la formulación e implantación de dichas estrategias. Asimismo, se contemplan y se valoran críticamente las **diferentes alternativas estratégicas para la explotación y la comercialización de la tecnología**, en el contexto de unas dinámicas competitivas cada vez más aceleradas, abiertas y colaborativas. *Todas estas decisiones se particularizan para el caso de los sectores caracterizados por la presencia de estándares de mercado. Con **casos prácticos**, se espera que los alumnos conozcan los agentes que ejercen un papel clave en el proceso de innovación tecnológica.*

✓ **Internacionalización Empresarial**

Profesor de referencia: Laura Fernández lfernandez@icade.comillas.edu

Dpto de Gestión Empresarial – Antonio Núñez Partido - anup@comillas.edu

DESCRIPTOR/OBJETIVOS: **Comprender el contexto internacional** desde una perspectiva multidisciplinar (política, económica, cultural y social) y analizar cómo afecta a las **decisiones estratégicas de las empresas internacionales**. Utilizar **herramientas** y marcos que ayuden a gestionar la información cada vez más compleja. **Análisis del entorno geopolítico mundial y su impacto en las decisiones empresariales** (e.g. diferencias culturales, políticas). *Se abordarán las principales decisiones empresariales a la hora de internacionalizarse (dónde, cómo y cuándo), así como las opciones de estrategias internacionales.*

✓ **La Creación de una Empresa**

Profesor de referencia: Juan Antonio Gil jagil@comillas.edu

Dpto de Gestión Empresarial – Antonio Núñez Partido - anup@comillas.edu

DESCRIPTOR/OBJETIVOS: La asignatura enseña a los alumnos a buscar **ideas de negocio**, identificar **oportunidades**, definir **modelos de negocio**, analizar su **viabilidad** económica y elaborar **planes de negocio con su financiación y lanzamiento**. Todo ello, entendiendo su utilidad para la **puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial**. *Además, la asignatura facilita al alumno la materialización y comprensión del funcionamiento de una empresa integrando sus conocimientos en el desarrollo del correspondiente plan de negocio (concepto general y estructura del plan de empresa; plan de comercialización y marketing; plan de producción; gestión de los recursos humanos; diseño organizativo; plan financiero; análisis de la viabilidad económica del negocio; y obligaciones legales y trámites necesarios para poder fundar la empresa).*

✓ **Liderazgo y Cambio**

Profesor de referencia: Eduardo Gismera egismera@comillas.edu

Dpto de Gestión Empresarial – Antonio Núñez Partido - anup@comillas.edu

DESCRIPTOR/OBJETIVOS: aproximación realista y práctica de los alumnos al ejercicio del liderazgo en las organizaciones. De forma más precisa, la asignatura parte de la discusión en torno al **concepto de liderazgo** (qué se entiende por liderazgo, fuentes de poder e influencia, potestad vs. autoridad) y de las **claves para conseguir la autoridad** (posicionamiento, compromiso, consistencia y resultados). Incluye el **conocimiento de las propias fortalezas y debilidades**, el **entrenamiento en habilidades y conductas directivas orientadas al desarrollo del liderazgo en equipos profesionales**: *persuasión e influencia sobre las personas en la organización (entrevistas), toma de decisiones, dirección de reuniones, organización del tiempo, delegación y finalmente la **gestión del cambio organizacional**.*

✓ **Organización Económica Internacional**

Profesora de referencia: Eszter Wirth ewirth@icade.comillas.edu

Dpto de Economía - Gonzalo Gómez Bengoechea – gonzalo.gomez@comillas.edu

El fin de la Segunda Guerra Mundial trajo el período más largo de prosperidad y paz para el mundo desarrollado. ¿Qué papel han jugado los organismos multilaterales en este éxito? ¿Por qué los populismos tratan de desacreditar su papel? ¿Deben reformarse para dar voz a las economías emergentes?

✓ **Política Económica**

Profesor de referencia: Peter Claeys pqaclaey@icade.comillas.edu

Dpto de Economía - Gonzalo Gómez Bengoechea – gonzalo.gomez@comillas.edu

En estos tiempos extraños, la dicotomía entre salud y economía forma parte del debate diario, económico, político y social. ¿Dónde está el punto óptimo? ¿Pueden las políticas que funcionan en un país aplicarse directamente en otro? ¿Qué podemos hacer para aliviar los

efectos sociales de una recesión? ¿Coincide el óptimo económico siempre con el óptimo social? ¿Y con el óptimo electoral?

✓ **Técnicas de Negociación y Gestión de Conflictos**

Profesor de referencia: M^a José Martín mariajo@comillas.edu

Dpto de Gestión Empresarial – Antonio Núñez Partido - anup@comillas.edu

DESCRIPTOR/OBJETIVOS: Poner en práctica habilidades directivas de Negociación y Gestión de Conflictos, trabajando los **principios** básicos para una correcta negociación. La **preparación** sistemática de los elementos de la negociación: **intereses, posiciones, alternativas para incrementar el poder**. La negociación como recurso para la resolución de conflictos. El potencial del conflicto como **motor de cambio e innovación**. Cómo **desbloquear** una negociación cuando el conflicto nos impide llegar a un acuerdo. Consideraciones ante el juego sucio, el jiu-jitsu. Análisis de las motivaciones como base para ofrecer **soluciones** en una negociación. La **Comunicación verbal y no verbal** en la negociación y la resolución de conflictos: la importancia de la escucha activa. *Fundamentalmente los conocimientos se adquieren en el aula mediante ejercicios prácticos de simulación de negociaciones (role play) y análisis de casos.*

✓ **Ventas y Retailing**

Profesor de referencia: Victoria Labajo González Labajo@comillas.edu

Dpto de Marketing – Isabel Carrero - icarrero@comillas.edu

En "Ventas y Retail", adquirirás la formación y las habilidades esenciales para la gestión comercial B2B, desde la organización, planificación y liderazgo eficiente de equipos de ventas hasta la evaluación de desempeño. Aprenderás estrategias innovadoras para gestionar relaciones con clientes y canales de venta, tanto a nivel doméstico como global, en el dinámico entorno de una distribución que se articula cada vez más en modelos *e-commerce* y el *omnichannel*. Esta asignatura te ofrece herramientas prácticas y conocimientos aplicables que te prepararán para enfrentar los retos actuales tanto de las marcas como de los *retailers*, haciéndote un profesional más competente y versátil en el mundo del marketing y la comercialización.