



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICADE

CURSO / YEAR
2024 - 2025

GUÍA DE ASIGNATURAS
DE GRADO DISPONIBLES /
UNDERGRADUATE
COURSE CATALOGUE

UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS



Contenido

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA / DEPARTMENT OF ECONOMICS	8
ANÁLISIS ECONÓMICO INTERNACIONAL (INTERNATIONAL POLITICAL ANALYSIS)	8
ECONOMÍA ESPAÑOLA (THE SPANISH ECONOMY)	8
ECONOMÍA MUNDIAL (WORLD ECONOMY)	9
ECONOMÍA POLÍTICA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL POLITICAL ECONOMY)	9
ECONOMICS OF THE EUROPEAN UNION	10
HERRAMIENTAS ECONÓMICAS PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL	10
MACROECONOMÍA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL MACROECONOMICS)	10
ORGANIZACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL ECONOMIC ORGANIZATIONS)	11
DEPARTAMENTO DE MARKETING /MARKETING DEPARTMENT	13
ANÁLISIS PREDICTIVO APLICADO AL MARKETING (PREDICTIVE ANALYSIS APPLIED TO MARKETING)	13
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (CONSUMER BEHAVIOUR)	13
COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING (MARKETING COMMUNICATION)	14
CONSUMER BEHAVIOUR	14
DIRECCIÓN DE MARKETING (MARKETING MANAGEMENT)	14
FUNDAMENTOS DE MARKETING (INTRODUCTION TO MARKETING)	15
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA MARCA (BRANDING)	15
INNOVATION AND MARKETING IN THE DIGITAL ERA	16
INTERNATIONAL MARKETING	16
INTRODUCTION TO MARKETING	16
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (MARKETING RESEARCH)	16
MARKETING ANALÍTICO (MARKETING ANALYTICS)	17
MARKETING MANAGEMENT	17
MARKETING RESEARCH	18
PAIDMEDIA Y MARKETING DE BUSCADORES	18
PREDICTIVE ANALYSIS APPLIED TO MARKETING	18
RETAILING & DATA SCIENCE	19
REPUTACIÓN CORPORATIVA, MARCA Y MODELOS DE MEDICIÓN	19
SOCIAL MEDIA MARKETING	20
DEPARTAMENTO GESTIÓN FINANCIERA / DEPARTMENT OF FINANCIAL MANAGEMENT	22
ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS (FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS)	22
CONTABILIDAD DE GESTIÓN (MANAGERIAL ACCOUNTING)	22
CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS (CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS)	23
CONTROL PRESUPUESTARIO (BUDGETARY CONTROL)	23
FINANCIAL MARKETS	24
FINANZAS CORPORATIVAS (CORPORATE FINANCE)	24

FUNDAMENTOS DE FINANZAS (INTRODUCTION TO FINANCE)	24
FUSIONES Y ADQUISICIONES Y REESTRUCTURACIONES EMPRESARIALES (MERGERS & ACQUISITIONS AND BUSINESS REESTRUCTURATIONS)	25
GESTIÓN DE CARTERAS E INVERSIONES (INVESTMENT AND PORTFOLIO MANAGEMENT)	25
GESTIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS Y DERIVADOS (FINANCIAL RISK MANAGEMENT & DERIVATIVES)	26
INTERNATIONAL FINANCE	26
INTRODUCTION TO FINANCE	26
MERCADOS FINANCIEROS (FINANCIAL MARKETS)	27
MERGERS & ACQUISITIONS AND BUSINESS REESTRUCTURATIONS	27
DEPARTAMENTO GESTIÓN EMPRESARIAL/ DEPARTMENT OF BUSINESS MANAGEMENT	29
ANÁLISIS ESTRATÉGICO (STRATEGIC ANALYSIS)	29
BUSINESS ETHICS & CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	29
BUSINESS START-UPS	30
BUSINESS STRATEGIES	30
CINE E IDEOLOGÍA EN LA ESPAÑA DEL FRANQUISMO (CINEMA AND IDEOLOGY IN SPAIN UNDER FRANCO)	30
COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL (ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR)	31
CONTABILIDAD DIRECTIVA (MANAGEMENT ACCOUNTING)	31
DIRECCIÓN DE OPERACIONES (OPERATIONS MANAGEMENT)	32
DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS (HUMAN RESOURCES MANAGEMENT)	32
ENTORNO GLOBAL DE LOS NEGOCIOS (GLOBAL BUSINESS ENVIRONMENT)	33
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES (BUSINESS STRATEGIES)	33
ÉTICA Y RSE (RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL) (BUSINESS ETHICS AND CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY))	34
ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD EN LA ERA DIGITAL (ETHICS AND SUSTAINABILITY IN THE DIGITAL ERA)	34
GOBIERNO CORPORATIVO (CORPORATE GOVERNANCE)	35
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT	35
INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA (INNOVATION AND STRATEGY)	36
INTERNALIZACIÓN EMPRESARIAL (INTERNATIONALIZATION OF THE COMPANY)	37
INTERNATIONAL BUSINESS	37
LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA (BUSINESS START-UPS)	37
LEADERSHP AND CHANGE MANAGEMENT	38
LIDERAZGO Y CAMBIO (LEADERSHIP AND CHANGE MANAGEMENT)	38
MASTERPIECES OF HISPANIC LITERATURES	39
NEGOTIATIONS TECHNIQUES	40
OPERATIONS MANAGEMENT	40
ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR	40
PODER E IMAGEN, LOS SIGLOS DE ORO: LA COLECCIÓN REAL EN EL MUSEO DEL PRADO (POWER AND IMAGE IN GOLDEN AGE SPAIN: THE ROYAL COLLECTION AT THE PRADO MUSEUM)	40
SISTEMAS INFORMATIVOS DE GESTIÓN (INFORMATION SYSTEMS MANAGEMENT)	41
SPANISH CULTURE AND HISTORY THROUGH VISUAL ARTS	42
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS)	42
TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN (NEGOTIATION TECHNIQUES)	43
TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN DEL CAMBIO	43
DERECHO/LAW	46
DERECHO MERCANTIL (COMMERCIAL LAW)	46
ORGANIZACIONES INTERNACIONALES (INTERNATIONAL ORGANIZATIONS)	46

DEPARTAMENTO DE MÉTODOS CUANTITATIVOS / DEPARTMENT OF QUANTITATIVE METHODS	48
ANÁLISIS MULTIVARIANTE (DATA ANALYSIS)	48
DATOS MASIVOS	48
DATA ANALYSIS AND VISUALIZATION.....	49
INVESTIGACIÓN OPERATIVA (OPERATIONS RESEARCH)	49
MACHINE LEARNING I: PREDICCIÓN / MACHINE LEARNING II: FORECASTING	50
MACHINE LEARNING II: PREDICCIÓN / MACHINE LEARNING II: FORECASTING	51
MATEMÁTICAS AVANZADAS DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS (ADVANCED MATHEMATICS OF FINANCIAL INSTRUMENTS).....	51
MÉTODOS ESTADÍSTICOS (STATISTICAL METHODS).....	52
MODELOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES (MODELS FOR BUSINESS DECISION-MAKERS).....	52
DEPARTAMENTO DE RELACIONES INTERNACIONALES / INTERNATIONAL RELATIONS DEPARTMENT	54
ANÁLISIS EN POLÍTICA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL POLICY ANALYSIS)	54
ESTUDIOS REGIONALES II: AMÉRICA LATINA (REGIONAL STUDIES II: LATIN AMERICAN)	54
ESTUDIOS REGIONALES III: ORIENTE MEDIO (REGIONAL STUDIES III: Middle East)	54
POLÍTICA EXTERIOR DE ESPAÑA (SPANISH FOREIGN POLICY)	55
PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE LA SEGURIDAD INTERNACIONAL (PRINCIPLES AND POLICIES OF INTERNATIONAL SECURITY)	55
CONSULTORÍA SOCIAL / SOCIAL CONSULTING	57
APRENDIZAJE SERVICIO EN EL ÁMBITO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL (BUSINESS, SOCIETY & PURPOSE).....	57
BUSINESS, SOCIETY & PURPOSE.....	58
INSTITUTO DE IDIOMAS MODERNOS / MODERN LANGUAGES DEPARTMENT	60
ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA A1.....	60
ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA A2.....	60
ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA B1.....	60
ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA B2.....	61
ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA C1	61



Nota Informativa / Advice:

La lista de asignaturas que se presenta es susceptible de cambios. El acceso a cada asignatura está limitado según la disponibilidad de plazas.

The course offer is subject to change. Access is restricted according to seat availability.

Los alumnos internacionales pueden cursar cualquier asignatura de las ofertadas, sin importar si mezclan diferentes grados o programas. En la Facultad de Ciencias Económicas contamos con los siguientes grados: E-2, (Grado en Administración de Empresas), E-2 Bilingüe, (Grado en Administración de Empresas en inglés), E-2 Analytics, (Grado en Administración de Empresas con Business Analytics), E-4, (Grado en Administración de Empresas con Mención Internacional), E-6, (Doble Grado en Administración de Empresas y Relaciones Internacionales) y E-6 Analytics (Doble Grado en Análisis de Negocios y Relaciones Internacionales).

International students can take any offered course, regardless if they mix different degrees or programs. We have the following bachelor's degrees in the Faculty of Economics: E-2, (Degree in Business Administration), E-2 Bilingual, (Degree in Business Administration in English), E-2 Analytics, (Degree in Business Administration with Business Analytics), E-4, (Degree in Business Administration with International Mention), E-6, (Double Degree in Business Administration and International Relations), and E-6 Analytics (Double Degree in International Relations with Business Analytics).



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE


CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA /
DEPARTMENT OF ECONOMICS**

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA / DEPARTMENT OF ECONOMICS

ANÁLISIS ECONÓMICO INTERNACIONAL (INTERNATIONAL POLITICAL ANALYSIS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre /Idioma Semester /Language	ECTS Credits	Curso Year/Degree
Análisis Económico Internacional	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil.) 3 (E6) 3 (E2+Analytics)

La asignatura ofrece a los alumnos un acercamiento analítico a los principales conflictos de la esfera política global, al tiempo que les proporciona instrumentos para aplicar al ámbito del Foreign Policy los conocimientos ya adquiridos sobre Relaciones Internacionales. Los estudiantes adquieren nuevas herramientas conceptuales desde las que analizar las dinámicas, actores, relaciones de poder y escenarios de futuro presentes en la toma de decisiones en política exterior, recurriendo para ello a enfoques, niveles de análisis y fuentes de información adecuadas desde una perspectiva multidisciplinar. Junto a ello, el carácter aplicado de la asignatura incentiva las capacidades de los alumnos para argumentar y debatir críticamente sobre controversias actuales en política internacional.

The subject offers students an analytical approach to the main conflicts in the global political sphere, while providing them with tools to apply the knowledge already acquired on International Relations to the field of Foreign Policy. Students acquire new conceptual tools from which to analyze the dynamics, actors, power relations and future scenarios present in foreign policy decision-making, resorting to appropriate approaches, levels of analysis and sources of information from a multidisciplinary perspective. Along with this, the applied nature of the subject encourages students' abilities to argue and critically debate current controversies in international politics.

ECONOMÍA ESPAÑOLA (THE SPANISH ECONOMY)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre /Idioma Semester /Language	ECTS Credits	Curso Year/Degree
Economía Española	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil.) 4 (E2+Analytics) 3 (E6)

Factores explicativos de la dinámica de crecimiento de la economía española en los últimos años: la población, el capital, el mercado laboral, la integración en la Unión Europea. Evolución de los flujos de producto, empleo, renta y gasto, desde las perspectivas sectorial, regional. Las relaciones exteriores.

Conocimientos previos: Microeconomía y Macroeconomía

Explanatory factors of the dynamics of growth in the Spanish economy in recent years: population, capital, the labour market and integration within the European Union. Trends in product, employment, income and spending flows, from a sector-specific and regional perspective. Foreign relations.

Desirable Previous Knowledge: Micro & Macro.

ECONOMÍA MUNDIAL (WORLD ECONOMY)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre /Idioma Semester /Language	ECTS Credits	Curso Year/Degree
Economía Mundial	 Fall	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil)

La asignatura de "Economía mundial" proporciona los elementos necesarios para analizar y comprender la dinámica y situación de la economía mundial: los orígenes del sistema económico actual, los rasgos de los distintos ámbitos del proceso de globalización (producción, comercio, financiero, etc.), el comportamiento de los principales agentes y áreas, las políticas económicas implementadas, junto a los desequilibrios y contradicciones más destacados, todo lo cual permite al alumno disponer de un conocimiento del medio en el cual se ubicará su labor profesional en el futuro. Conocimientos previos: El alumno deberá poseer unos conocimientos básicos de teoría económica (macroeconomía) e historia económica.

Conocimientos previos: El alumno deberá poseer unos conocimientos básicos de teoría económica (macroeconomía) e historia económica.

"World Economy" provides the necessary elements to analyze and understand the dynamics and situation of the world economy: the origins of the current economic system, the features of the different areas of the globalization process (production, trade, international financial flows and capital markets, etc.), the behavior of the main agents and areas, the economic policies implemented, and also the most outstanding imbalances and contradictions, all of which allow the student to have a knowledge of the environment in which their professional work will be located in the future.

Desirable Previous Knowledge: The student must have basic knowledge of economic theory (macroeconomics) and economic history.

ECONOMÍA POLÍTICA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL POLITICAL ECONOMY)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/Degree
Política Económica Internacional	 Fall / Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 3 (E6) 4 (E2+Analytics) 4 (E6+Analytics)

Los marcos analíticos y teóricos de la Economía Política Internacional. La perspectiva literal. La perspectiva mercantilista. La perspectiva estructuralista. Perspectiva alternativa.

Las estructuras de la producción, el comercio y la estructura monetaria y financiera de la Economía Política Internacional. Deuda internacional y crisis financiera, seguridad global, tecnología y conocimiento.

Desarrollo y países desarrollados, integración económica regional, energía, la economía recursos y energías naturales, medio ambiente.

Conocimientos previos: Micro y Macro

The analytical and theoretical frameworks of International Political Economy. The liberal perspective. The mercantilist perspective. The structuralism perspective. Alternative perspective.

The structures of International Political Economy production, trade, monetary, and finance structure. International debt and financial crisis, global security, technology and knowledge.

Development a developing countries, regional economic integration, energy, economy transnational, problems and issues: Illegal activities, migration, MNCs, Hunger, natural resources an energy, environment

Desirable Previous Knowledge: Micro and Macro.

ECONOMICS OF THE EUROPEAN UNION

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre /Idioma Semester /Language	ECTS Credits	Curso Year/Degree
Economics of the European Union	 Fall / Spring	6.0	4 Diploma Business in Spain

This course seeks to present the facts, theories and controversies concerning the process of economic integration in Europe. Although it concentrates on economic policy issues, the historical, political and institutional context of the development of the European Union is also considered relevant. Students will be provided with the necessary analytical tools to study important aspects of EU policies. Topics covered include: the micro and macroeconomics of European integration, financial and monetary integration, the challenge of enlargement, common economic policies (including agriculture, trade, competition and regional policy). The pedagogic approach will be based on lectures, seminars, self-assessment exercises, essay questions and the extensive use of the online learning centre which accompanies the course.

HERRAMIENTAS ECONÓMICAS PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL (ECONOMIC TOOLS FOR SOCIAL INCLUSION)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre /Idioma Semester /Language	ECTS Credits	Curso Year/Degree
Herramientas Económicas para la Inclusión Social	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil)

Economic Tools for social welfare, including public policies and private initiatives, in both the economic and financial spheres, with a special focus on Microfinance. The course focuses on how economic artifacts can be used to combat socioeconomic exclusion and create welfare from a practical approach rather than theoretical. Therefore, this course takes an overview of microfinance as a way to guarantee financial health; labor integration; social business and circular economy; impact investing, and impact measurement and management.

MACROECONOMÍA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL MACROECONOMICS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
--	--	-------------------------	-------------------------------

Macroeconomía
Internacional



6.0


3 (E6 Analytics)

Modelos macroeconómicos para una economía abierta: balanza de pagos y tipos de cambio fijos y fluctuantes. Teorías y políticas sobre el comercio internacional. Teorías sobre los movimientos internacionales de trabajo y capital.

Conocimientos previos: Micro y Macroeconomía

Macroeconomic models for an open economy: balance of payments, and fixed and floating exchange rates. Theories and policies on international trade. Theories on international labour and capital movements. Desirable Previous Knowledge: Micro & Macro.

ORGANIZACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL ECONOMIC ORGANIZATIONS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Organización Económica Internacional	 Spring	6.0	4 (E6)

Las instituciones económicas internacionales el estudio del entorno de las relaciones monetarias (FMI), las garantías a la inversión en el mundo en desarrollo (BM), los aspectos esenciales de los acuerdos comerciales (OMC), los procesos de integración económica en los que una empresa de dimensión global puede ubicarse.

International economic entities, studying the monetary relations world (IMF), investment guarantees in the developing world (WB), fundamental aspects of trading agreements (WTO) and economic integration processes in which global companies may position themselves.



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

DEPARTAMENTO DE MARKETING / MARKETING DEPARTMENT

DEPARTAMENTO DE MARKETING /MARKETING DEPARTMENT

ANÁLISIS PREDICTIVO APLICADO AL MARKETING (PREDICTIVE ANALYSIS APPLIED TO MARKETING)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre / Idioma Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Análisis Predictivo Aplicado al Marketing	 Fall	3.0	5 (E2)


La generación y disponibilidad de datos masivos capaces de orientar las estrategias empresariales permite obtener una ventaja competitiva a las compañías que explotan el data driven marketing desde el CRM generando modelos de decisión y análisis predictivo. Tales modelos son una poderosa herramienta al servicio del diseño de propuestas de valor más personalizadas y campañas de comunicación más eficaces. Particularmente, la asignatura se centrará en tres tipos de modelos predictivos: Modelos de segmentación/clústeres; Modelos de propensión (predicción); modelos de filtrado colaborativo (recomendación).

Conocimientos previos: Fundamentos de Marketing, Fundamentos sobre Datos Masivos / Big Data, Introducción a la Programación, Machine Learning, y Marketing Analítico

The generation and availability of massive data capable of guiding business strategies allows companies that exploit data driven marketing from CRM to obtain a competitive advantage by generating decision models and predictive analysis. Such models are a powerful tool at the service of designing more personalized value propositions and more effective communication campaigns. Particularly, the subject will focus on three types of predictive models: Segmentation/clustering models; Propensity models (prediction); collaborative filtering models (recommendation).

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Marketing, Introduction to Big Data, Introduction to Programming, Machine Learning, and Analytical Marketing


COMPORTEAMIENTO DEL CONSUMIDOR (CONSUMER BEHAVIOUR)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre / Idioma Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Comportamiento del Consumidor	 Fall	6.0	4 (E2)_MKT

Relación existente entre el consumidor y la sociedad de consumo. Proceso de decisión de compra individual (alta y baja implicación). Aspectos psicológicos del comportamiento del consumidor: percepción, necesidades, motivación, memoria, aprendizaje, valores y estilos de vida. Aspectos sociológicos del comportamiento del consumidor: grupos de pertenencia y grupos de referencia. Variables del entorno social del consumidor y su influencia en los modos y hábitos de consumir.

Relationship between consumers and the consumer society. Individual purchase decision process (high and low involvement). Psychological aspects of consumer behaviour: perception, needs, motivation, memory, learning, values and lifestyles. Sociological aspects of consumer behaviour: affinity and reference groups. Variables of the consumer's social environment and their influence on consumer methods and habits.

COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING (MARKETING COMMUNICATION)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Comunicación Integral de Marketing	 Spring	6.0	4 (E2)_MK


Niveles de la comunicación y teorías sobre comunicación y persuasión. Publicidad en medios de comunicación masivos. Internet y otros medios interactivos. Publicidad directa. Relaciones Públicas: relaciones con medios de comunicación de masas. Relaciones Públicas: la acción social de la empresa. Relaciones Públicas: relaciones con otros stakeholders. Below the line. Promoción de ventas.

Conocimientos previos: Fundamentos de Marketing e Investigación de Mercados

Levels of communication and persuasion and communication theories. Mass media advertising. Internet and other interactive media. Direct advertising. Public relations: relations with mass media. Public relations: the company's social action. Public relations: relations with other stakeholders. Below the line. Sales promotion.


Desirable Previous Knowledge: Introduction to Marketing and Marketing Research.

CONSUMER BEHAVIOUR

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Consumer Behaviour	 Spring	6.0	4 Business in Spain

Relationship between consumers and the consumer society. Individual purchase decision process (high and low involvement). Psychological aspects of consumer behaviour: perception, needs, motivation, memory, learning, values and lifestyles. Sociological aspects of consumer.

DIRECCIÓN DE MARKETING (MARKETING MANAGEMENT)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Dirección de Marketing	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 3(E2+Analytics)


Segmentación. Posicionamiento. Producto. Marca. Clientes. Comunicación Elaboración del Plan estratégico.

Conocimientos previos: Fundamentos de Marketing e Investigación de Mercados

Segmentation. Positioning. Product. Brand. Customers. Communication Development of Strategic Plans.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Marketin.


FUNDAMENTOS DE MARKETING (INTRODUCTION TO MARKETING)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma Language	Semestre Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Introduction to Marketing		Fall	3.0	3 (E6 Analytics)

De las cuatro áreas tradicionales de la empresa (Finanzas, Producción, Recursos Humanos y Comercial-Marketing) esta asignatura introduce al alumno en una de ellas para dotarle de una visión panorámica e introductoria de la misma. Se trata de la primera de las tres asignaturas obligatorias del área de Marketing de que consta el plan de estudios del Grado en ADE. Esta asignatura, en concreto, proporciona al estudiante los conceptos y conocimientos básicos (mercado, producto, precio, distribución, comunicación, etc.) a la vez que trata de, en la medida de lo posible, hacerle pensar de una determinada manera ("pensar en marketing"). Así, además de suministrar al futuro profesional de la empresa una base necesaria de conocimientos, proporciona una manera de pensar, la orientación al mercado, fundamental en el día a día empresarial.

This module introduces students to basic concepts and knowledge (market, product, price, distribution, communication, etc.), while also encouraging them, as much as possible, to think in a specific way ("think about marketing"). As such, in addition to equipping future business professionals with a vital knowledge base, it also provides an important way of thinking, market orientation, which is fundamental in day-to-day business.

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA MARCA (BRANDING)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Gestión Estratégica de la Marca	 Fall	6.0	4 (E2)_MK


La marca: componentes. Brand Equity: componentes. Lanzamiento de la marca. Estrategias de desarrollo de la marca. Nuevas tendencias en la gestión de la marca

Conocimientos previos: Fundamentos de Marketing y Dirección de Marketing.

The brand: components. Brand Equity: components. Launch of the brand. Strategies to develop the brand. New trends in brand management.

Desirable Previous Knowledge: Marketing Management.


INNOVATION AND MARKETING IN THE DIGITAL ERA

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Innovation and Marketing in the Digital Era	 Fall	3.0	5 (E2 Analytics)

This subject is framed within the area of strategic marketing and, more specifically, through the continuous search for a sustainable competitive advantage based on innovation and new technologies. Thus, and within this context, its description is established as follows: In complex and turbulent environments, organizations are forced to turn to adapt to present changes and position themselves for future environments. The course focuses on the analysis of the theory and practice of the promotion and management of innovation in both new and existing companies, whether in product, process or business model. It analyzes both the drivers of innovation, at a personal and organizational level, as well as the processes that favor innovation.

Desirable Previous Knowledge: To have taken Introduction to Marketing and Marketing Strategy previously.


INTERNATIONAL MARKETING

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
International Marketing	 Fall/Spring	6.0	4 Business in Spain

International marketing: International companies. Basic transactions in foreign trade: Analysis of international and internal settings. International market research and selection. Ways of entering foreign markets. The international marketing mix: product, pricing, distribution and promotion planning. International trade negotiations. Implementation and control of the international marketing plan.


Desirable Previous Knowledge: Introduction to Marketing

INTRODUCTION TO MARKETING

Nombre del Curso Course Title	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Introduction to Marketing	 Spring	6.0	2 Business in Spain

This module introduces students to basic concepts and knowledge (market, product, price, distribution, communication, etc.), while also encouraging them, as much as possible, to think in a specific way ("think about marketing"). As such, in addition to equipping future business professionals with a vital knowledge base, it also provides an important way of thinking, market orientation, which is fundamental in day-to-day business.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (MARKETING RESEARCH)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Investigación de Mercados	 Fall	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 3 (E2 Analytics) 4 (E6)


Panorama general de la investigación de mercados. Diseño, realización y presentación de un proyecto de investigación de mercados. Técnicas cualitativas de investigación de mercados. Técnicas cuantitativas de investigación de mercados: tipos de encuesta. Fases en la realización de las técnicas cuantitativas. Los paneles. Nuevas tecnologías en los sistemas de información de marketing.

Conocimientos previos: Fundamentos de Marketing y Estadística

General overview of market research. Designing, implementing and presenting a marketing research project. Qualitative market research techniques. Quantitative market research techniques: types of surveys. Quantitative technique performance stages. Panels. New technologies in Marketing Information Systems.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Marketing and Statistics.

MARKETING ANALÍTICO (MARKETING ANALYTICS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Marketing Analítico	 Spring	6.0	4 (E2 Analytics) 4 (E6 Analytics)

A través de esta asignatura se quiere dotar a los alumnos de la capacidad de localizar, extraer, evaluar y encontrar valor en todos los datos recogidos por la empresa y/o por otros agentes, y su aplicación en la toma de decisiones de comerciales. Desde la comprensión de la naturaleza de los distintos tipos de herramientas analíticas y datos, el alumno aprenderá a aplicarlos para la toma de decisiones clave en marketing como son la descripción de un mercado y el análisis de la competencia, la identificación de oportunidades de negocio, la segmentación de mercados y clientes, el posicionamiento de marca, el análisis de datos de panel, y la realización de previsiones.

Conocimientos previos: Fundamentos de Marketing, fundamentos de datos masivos.

This course aims to provide students with the ability to locate, extract, evaluate and find value in all data collected by the company and/or by other agents, and its application in commercial decision making. Once the student has understood the nature of the different types of analytical tools and data, s/he will learn to apply them to key marketing decisions such as the description of a market and the analysis of competition, the identification of Business opportunities, the segmentation of markets and customers, the positioning of the Brand, the analysis of panel data, and forecasting.

Desirable Previous Knowledge: Marketing Fundamentals, Introduction to Big Data, Introduction to Programming


MARKETING MANAGEMENT

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Marketing Management	 Fall/Spring	6.0	3 Business in Spain

Segmentation. Positioning. Product. Brand. Customers. Communication Development of Strategic Plans.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Marketing and Marketing Research

MARKETING RESEARCH

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Marketing Research	 Spring	6.0	3 Business in Spain

General overview of market research. Designing, implementing and presenting a marketing research project. Qualitative market research techniques. Quantitative market research techniques: types of surveys. Quantitative technique performance stages. Panels. New technologies in Marketing Information Systems.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Marketing and Statistics.


PAIDMEDIA Y MARKETING DE BUSCADORES

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre / Idioma Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Paidmedia y Marketing de Buscadores	 Fall	3.0	4 (E2)

After understanding how social media works and the behaviour of users on them, the subject examines two fundamental aspects. On the one hand, how to extract information from these media, applying scraping and content analysis techniques and views. On the other hand, how to manage strategically social media. To do this, the student learns the strategic possibilities of the different networks, develop social media marketing plans, measure results.

Desirable Previous Knowledge: Analytic Marketing

PREDICTIVE ANALYSIS APPLIED TO MARKETING

Nombre del Curso Course Title/Subject	Semestre / Idioma Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Predictive Analysis Applied to Marketing	 Fall	3.0	5 (E2 Analytics)

The generation and availability of massive data capable of guiding business strategies allows you to gain an advantage competitive to companies that exploit data driven marketing from CRM, generating decision models and predictive analysis.

Such models are a powerful tool at the service of designing more personalized value propositions and marketing campaigns more effective communication. Particularly, the subject will focus on three types of predictive models: Models of segmentation/clusters; Propensity models (prediction); collaborative filtering models (recommendation)

Desirable Previous Knowledge: Big Data, Introduction to Programming, Machine Learning, y Analytic Marketing.

RETAILING & DATA SCIENCE

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Retailing & Data Science	 Fall	3.0	5 (E2 Analytics)


La asignatura se presenta como profundización en los conocimientos de marketing adquiridos en las asignaturas obligatorias dentro de la GUÍA DOCENTE 2023 - 2024 disciplina y, muy particularmente con la de Marketing Analítico, y en relación con otras optativas del área como Innovación y Marketing en la era digital, o Social Media Marketing.

Conocimientos previos: Fundamentos de Marketing y Marketing Analítico/Marketing Digital

The course is presented as a deepening of the marketing knowledge acquired in the compulsory subjects within the discipline and, in particular, with that of Analytical Marketing, and in relation to other electives in the area such as Innovation and Marketing in the digital era, or Social Media Marketing.


Desirable Previous Knowledge: Marketing Fundamental and Marketing Analytics/Digital Marketing

REPUTACIÓN CORPORATIVA, MARCA Y MODELOS DE MEDICIÓN

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Reputación Corporativa, Marca y Modelos de Medición	 Fall	6.0	5 (E2 Analytics)

La reputación es una de las prioridades estratégicas para muchas empresas. La reputación es considerada una fuente de ventaja competitiva en mercados de producto, de capital y de trabajo. El curso aborda qué es la reputación, cómo se mide, cómo afecta a la organización y cómo se gestiona en los diferentes grupos de stakeholders, y especialmente en situación de crisis. Dentro de estos, se hará especial hincapié en algunos de estos stakeholder: medios de comunicación, clientes, inversores y empleados

SOCIAL MEDIA MARKETING

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Social Media Marketing	 Fall	6.0	5 (E2 Analytics)

From a multidisciplinary perspective, we analyze how to use the tools and services necessary to obtain valuable information about how consumers feel and how they respond to a particular brand and those of competitors. More specifically: the social media marketing ecosystem and its impact on the traditional marketing strategy are described; the social media marketing process is analyzed; the different platforms and their uses are reviewed; and, finally, it is discussed how to integrate them Syllabus 2023 - 2024 in the marketing plan of the company to boost its notoriety and / or that of the brand

Desirable Previous Knowledge: Have training background in Marketing or have taken the Introduction to Marketing subject supplement.



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA


ICAI ICADE CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

**DEPARTAMENTO DE GESTIÓN
FINANCIERA / DEPARTMENT OF
FINANCIAL MANAGEMENT**

DEPARTAMENTO GESTIÓN FINANCIERA / DEPARTMENT OF FINANCIAL MANAGEMENT


ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS (FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Análisis de Estados Financieros	 / Spring	6.0	4 (E3)_GES

El propósito de Análisis de Estados Financieros es proporcionar las herramientas para diagnosticar la situación económico-financiera de una compañía, a partir de la información financiera elaborada por la misma, sean Cuentas Anuales obligatorias o Estados Financieros intermedios, y su evolución histórica. Se estudian las ventajas y limitaciones del análisis de ratios financieros como medio para realizar un diagnóstico de la rentabilidad, liquidez, solvencia y endeudamiento de la empresa. Adicionalmente, se profundiza en la elaboración del estado de flujos de caja y su relación con el balance y el estado de resultados de la compañía.

The purpose of Financial Statement Analysis is to provide the tools to diagnose the economic-financial situation of a company, based on the financial information prepared by the same, be they mandatory Annual Accounts or intermediate Financial Statements, and their historical evolution. The advantages and limitations of the analysis of financial ratios are studied as a means to carry out a diagnosis of the profitability, liquidity, solvency and debt of the company. Additionally, it delves into the preparation of the cash flow statement and its relationship with the balance sheet and the statement of company results.

CONTABILIDAD DE GESTIÓN (MANAGERIAL ACCOUNTING)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Contabilidad de Gestión	 / Fall	6.0	3 (E6)



Determinación de costes y resultados internos para el análisis de la cadena de creación de valor. Resultado analítico de explotación. Modelos de asignación de costes: Coste completo, Imputación racional, Direct-Costing, A.B.C., Costes por pedidos. Toma de decisiones de gestión: análisis Coste-Volumen-Beneficio.

Conocimientos previos: Introducción a la Contabilidad

Determining internal costs and income for value chain analysis. Analytical operating income. Cost allocation models: Full Costing, Rational Allocation, Direct Costing, ABC, Cost Per Order. Decision-making in management: Cost-Volume-Profit analysis.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Accounting.

CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS (CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Consolidación de Estados Financieros	 /  Spring	6.0	4 (E2)_FIN 5 (E6)


Clases de empresas vinculadas y grupos financieros. Relaciones de dominio. Combinaciones de negocios. Métodos de integración global y proporcional. Procedimiento de puesta en equivalencia. Problemática contable de la consolidación de los estados financieros de los grupos de sociedades: etapas, homogeneización, agregación, eliminación y ajustes. Cuentas anuales consolidadas.

Conocimientos previos: Introducción a la Contabilidad y Contabilidad Financiera

Types of business groups and related companies. Control Relations. Business Combinations. Partnerships. Global and Proportional Consolidation. Equity Method. Accounting Challenges around the consolidation of financial statements of businesses: stages, homogenization, aggregation, elimination and adjustments.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to accounting and financial accounting.

CONTROL PRESUPUESTARIO (BUDGETARY CONTROL)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Control Presupuestario	 Spring	6.0	4 (E2 Analytics)


La asignatura tiene por objeto introducir al estudiante en lo que hoy es la herramienta central de la planificación y control empresariales: el presupuesto. Ello supone, por un lado, revisar la utilidad de los conocimientos contables y financieros adquiridos en cursos anteriores y, por otro, mostrar cómo estos conocimientos sirven de base informativa para el ejercicio de las funciones directivas, en especial de la planificación empresarial, la toma de decisiones y el control de la gestión.

Conocimientos previos: Contabilidad y Excel

This course aims to introduce the student to the Budget, that is, the core tool for management planning and control. That means, in the first place, to check the real usefulness of the accounting and financial knowledge the student got in previous courses. Secondly, to learn how that knowledge is the informative basis to develop management skills.

Desirable Previous Knowledge: Accounting and Excel.



FINANCIAL MARKETS

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Financial Markets	 Fall	6.0	3 Business in Spain

Content: Spanish financial system. Financial flows in the economic system. The Bank of Spain (Central bank). Single Monetary Policy. Interbank Markets. Credit activity. Credit institutions and intermediaries. Stock market. Public debt market. Organisation and functioning of Stock Market. An approach to stock market valuation. Other institution related to the Stock Market. Futures and options market.

Desirable Previous Knowledge: Economy, Accounting, Macroeconomics, Finance.

FINANZAS CORPORATIVAS (CORPORATE FINANCE)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Finanzas Corporativas	 Fall/Spring  Fall	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 3 (E6) 3 (E6 Analytics)

Selección de inversiones no financieras: conflictos entre métodos. Valoración de inversiones financieras: renta fija, renta variable y derivados. Política de Endeudamiento (Apalancamiento financiero y estructura financiera óptima) y Política de Dividendos. Coste de Capital: minimización e interrelación entre decisiones de inversión y financiación. Valoración de Empresas. Teoría de Carteras.

Conocimientos Previos: Introducción a las Finanzas

Selection of non-financial investments: incompatible methods. Financial investment valuation: fixed income, equities and derivatives. Debt Policy (financial leveraging and optimal capital structure) and Dividend Policy. Capital cost: minimization and interrelation between investment and financing decisions. Company assessment. Portfolio theory.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to finance.

FUNDAMENTOS DE FINANZAS (INTRODUCTION TO FINANCE)


Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Fundamentos de Finanzas	 Fall	6.0	3 (E6) 3 (E6 Analytics)

La gestión financiera de la empresa. Objetivos de la Dirección Financiera. El entorno de actuación del Director Financiero. Modelos de selección de inversiones productivas. Selección de inversiones productivas: conflictos entre métodos. El coste de capital:

concepto. Análisis de Estados Financieros a través del uso de ratios. Análisis del balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de flujos de caja, el estado de cambios en el patrimonio neto y la memoria. Fusiones y adquisiciones de empresas.

Corporate financial management. Objective of Financial Management. The working environment of the CFO. Productive investment selection models. Capital costs: concept. Financial statement assessment through the use of ratios. Analysis of balance sheets, income statements, cash flow statements, statements of changes in equity and annual reports. Corporate mergers and acquisitions.

FUSIONES Y ADQUISICIONES Y REESTRUCTURACIONES EMPRESARIALES (MERGERS & ADQUISITIONS AND BUSINESS REESTRUCTURATIONS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Fusiones y Adquisiciones y Reestructuraciones Empresariales	 Fall	6.0	4 E2 Analytics



El proceso de realización de las fusiones o adquisiciones desde los puntos de vista contable, fiscal, jurídico (derecho de la competencia) y del mercado. Métodos de valoración de empresas. El modelo CAPM y la estimación de la beta. La composición del coste medio ponderado de capital (valoración mediante el descuento de flujos de caja, mediante múltiplos y mediante métodos de opciones reales). Venta de empresas no cotizadas y de empresas cotizadas.

Conocimientos previos: Introducción a las finanzas y Análisis Financiero

The process of carrying out mergers and acquisitions from accounting, tax, legal (rights of the competition) and market perspectives, Company valuation methods. The CAPM model and beta simulation. The composition of weighted average cost of capital (average value of cash flow discounts through multiples and through real option methods). Sale of listed and non-listed companies.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to finance and Financial Analysis.

GESTIÓN DE CARTERAS E INVERSIONES (INVESTMENT AND PORTFOLIO MANAGEMENT)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Gestión de Carteras e Inversiones	 /  Fall/ Spring	6.0	4 (E2)_FIN 5 (E6)



Función del gestor de carteras; herramientas y técnicas disponibles utilizadas en la práctica; diferentes sistemas para evaluar el trabajo de un gestor de carteras. Proceso de asignación de activos o asset allocation. Benchmarks. Gestión activa, pasiva, global e inmunizada.

Conocimientos Previos: Introducción a las finanzas, contabilidad y Estados Financieros

Function of portfolio management; tools and techniques available used in practice, different systems to evaluate the work of a portfolio manager. Asset allocation. Benchmarks. Active, passive, global and immunised management.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Finance, Accounting and Financial Statements.

GESTIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS Y DERIVADOS (FINANCIAL RISK MANAGEMENT & DERIVATIVES)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Gestión de Riesgos Financieros y Derivados	  Fall Fall/ Spring	6.0	(E2) _FIN


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. Su uso en gestión de riesgos.

Conocimientos previos: Conocimientos básicos de finanzas

Concept of financial risk: typology and management tools. Knowledge of the characteristics and uses of derivatives, coverage, speculation and arbitrage. Financial Options, Futures and Swaps. Models of evaluation of said instruments. Use in risk management.

Desirable Previous Knowledge: Basic Knowledge of Finance.

INTERNATIONAL FINANCE

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
International Finance	 Fall/Spring	6.0	4 Business in Spain

The main aim is for students to have an understanding of the main global financial transactions performed by private and public companies. The course also seeks to familiarize students with the use of information resources available in terms of financing press, databases, websites, private and public institutions, etc.).

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Finance.

INTRODUCTION TO FINANCE

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
--	--	-------------------------	-------------------------------

Introduction to Finance




6.0

2 Business in Spain

Spring

Corporate financial management. Objective of Financial Management. The working environment of the CFO. Productive investment selection models. Capital costs: concept. Financial statement assessment through the use of ratios. Analysis of balance sheets, income statements, cash flow statements, statements of changes in equity and annual reports. Corporate mergers and acquisitions.

MERCADOS FINANCIEROS (FINANCIAL MARKETS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Mercados Financieros	 Fall/Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 3(E2+Analytics) 4 (E6)


El Sistema Financiero español. Los flujos financieros del sistema económico. El Banco de España y la política monetaria única. Los mercados monetarios: mercado interbancario y mercado de divisas. Instrumentos de cobertura. La actividad crediticia: operaciones pasivas y activas. Entidades de crédito e intermediarios. Mercados de valores: instituciones, valores negociables, mercado de Deuda Pública, operaciones bursátiles, inversión colectiva, capital riesgo y titulización. Mercados de productos derivados.

Conocimientos previos: Economía, Contabilidad, Macroeconomía, Finanzas

The Spanish Financial System. The financial flows of the economic system. The Bank of Spain and the single monetary policy. Money markets: interbank market and foreign exchange market. Hedging instruments. Credit activities: active and passive transactions. Credit entities and brokers. Securities market: entities, negotiable securities, Public Debt market, stock market transactions, collective investment, risk capital and securitisation. Derivatives markets.

Desirable Previous Knowledge: Accounting, Macroeconomics, Finance.

MERGERS & ACQUISITIONS AND BUSINESS REESTRUCTURATIONS

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Mergers & Acquisitions and Business Reestructurations	 Spring	6.0	4 Business in Spain

The process of carrying out mergers and acquisitions from accounting, tax, legal (rights of the competition) and market perspectives, Company valuation methods. The CAPM model and beta simulation. The composition of weighted average cost of capital (average value of cash flow discounts through multiples and through real option methods). Sale of listed and non-listed companies.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to finance and Financial Analysis



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE


CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

**DEPARTAMENTO DE GESTIÓN
EMPRESARIAL / DEPARTMENT OF
BUSINESS MANAGEMENT**

DEPARTAMENTO GESTIÓN EMPRESARIAL/ DEPARTMENT OF BUSINESS MANAGEMENT


ANÁLISIS ESTRATÉGICO (STRATEGIC ANALYSIS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Análisis Estratégico	 Fall	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 4 (E6) 3 (E2+Analytics) 4 (E6+Analytics)

Conocimiento y comprensión de las claves de la dirección empresarial, junto con el lenguaje de la estrategia y de la dirección estratégica, que faciliten el desarrollo de la capacidad de los alumnos para trabajar en entornos organizativos complejos, dinámicos e interrelacionados. De forma más precisa, se introducen modelos y herramientas de análisis estratégico, aplicados a la evaluación crítica de las organizaciones y a la identificación de las oportunidades y de las amenazas competitivas derivadas de los diferentes niveles de entorno, reconociendo así el impacto que ambas dimensiones (la interna y la externa) tienen sobre la estrategia de las organizaciones. Este contexto en el que se desarrolla el trabajo estratégico se completa con otros condicionantes que emanan de la misión, de la visión, de los objetivos, de la relación con los stakeholders y de la cultura corporativa, entre otros factores. La comprensión de todos estos elementos es clave para la formulación y la evaluación de la futura estrategia.


Knowledge and understanding of the key elements of business management, together with strategic language and management, which enable students to develop skills for working in complex, dynamic and interconnected organizational settings. On a more precise level, strategic analysis models and tools are presented and used to critically assess organizations and identify opportunities and competitive threats arising from the different corporate tiers. In doing so, it is possible to recognize the impact of both dimensions (internal and external) on organizational strategies. This context characterized by strategic work is complemented with other decisive factors that emerge from the mission, vision, goals, relationships with stakeholders and the corporate culture, among others. The ability to grasp these elements is critical for drafting and assessing future strategy.

BUSINESS ETHICS & CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Business Ethics & Corporate Social Responsibility	 Fall/Spring	6.0	4 Business in Spain


This is taught, when the students have studied most of the topics within this subject, in order for the students to be able to link Ethics and CSR with elements such as Strategy, Marketing, Financial Management and People Management within the Organisation. Since ethical and social responsibility considerations arise and unfold because of business dynamics, they materialise into the values, vision and mission and, while implicitly present across most organisational practices and policies, they become visible through every decision that is made on a daily basis in different areas and departments.

BUSINESS START-UPS

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Business Start-Ups	 Fall/Spring	6.0	4 Business in Spain


The purpose of the subject is to provide the student with a concretion and practice of his/her knowledge and comprehension of the way a company Works. The role fulfilled by companies in the current context will also be tackled. Another important aim is to develop the student's creativity and his/her entrepreneurship.

BUSINESS STRATEGIES

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Business Strategies	 Fall	6.0	3 Business in Spain

Understanding business strategy as a social and politically negotiated process. By focusing on the process and how it can be achieved it is possible to define optimal strategic plans that incorporate solid commitment from all participants in order to secure a sustainable competitive advantage. To this end, models and tools are presented which help to identify all possible strategic alternatives (from which perspectives and by using which methods can the company's strategy evolve?) and assess them in order to steer the choice of strategy. Reflection on the fact that strategy and strategic change are connected in one way or another to organizational change. Understanding how to successfully address these organizational changes is a key factor to guarantee the effective implementation of the strategy. This implementation is determined by the central role played by stakeholders and the resistance to change that some may demonstrate. Designing implementation tactics that prevent, avoid or minimize this resistance is paramount to achieve success. All of these aspects are complemented with the design and application of control systems that ensure the strategy is implemented and the goals for which it was defined are achieved.

CINE E IDEOLOGÍA EN LA ESPAÑA DEL FRANQUISMO (CINEMA AND IDEOLOGY IN SPAIN UNDER FRANCO)


Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Cine e Ideología en la España del Franquismo	 Fall/Spring	6.0	3 Business in Spain

El cine se convirtió, bajo el liderazgo político de Francisco Franco (1939 – 1975), en un instrumento privilegiado para la configuración política y doctrinal de la ciudadanía. Efectivamente, una ideología de vocación hegemónica como la del régimen franquista parecía necesitar el concurso de los medios de comunicación de masas, sujetos a los mecanismos de censura habituales, que ya habían probado su eficacia en procesos de construcción de identidad nacional. Así, por un lado, el cine se convirtió en difusor de

los valores del régimen, adecuando su mensaje y estética a medida que cambiaban; por otro, el medio actuó como caja de resonancia y de contestación político-social que atestiguaba la evolución tanto del régimen como de la propia sensibilidad ciudadana. El curso se centrará, pues, en perfilar una panorámica del cine español del Franquismo: se estudiarán aspectos tales como los condicionantes políticos, los géneros más populares, su estatus industrial, prestando especial atención a la evolución del medio y de su producción a medida que el régimen enfrentaba diferentes retos cuya superación asegurara su supervivencia en el tiempo. Se visionarán y analizarán algunas películas y/o fragmentos de películas de directores como José Luis Sáenz de Heredia, Juan Antonio Bardem, Luis García Berlanga, Nieves Conde, Fernando Fernán Gómez, Carlos Saura y otros autores.

During Francisco Franco's regime, cinema acquired a privileged status among the tools employed to "construct" the political and doctrinal identity, which the citizenry would have to embody. As a matter of fact, the hegemonic ideology of Francoist Regime seemed to demand the help of mass media, which, subjected to mandatory censorship, had already proven its efficiency in the process of building national identities. On the one hand, cinema became a transmitter of the regime's values, tailoring its message and aesthetics as they changed; on the other, films acted to give a certain resonance to the political contestation, which a long-lasting regime would eventually foster. The course will focus in describing the landscape for Spanish cinema during Franco's times: political requirements, most popular genres, economic conditions, and the evolution of the media and its production will be topics addressed. Movies and/or fragments of movies by José Luis Sáenz de Heredia, Juan Antonio Bardem, Luis García Berlanga, Fernando Fernán Gómez, Nieves Conde, Carlos Saura and other authors will be analyzed.


COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL (ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Comportamiento Organizacional	 Spring	6.0	3 (E6)

Las Ciencias de la Conducta aplicadas a la empresa. Determinantes de la eficiencia del comportamiento humano en el trabajo (aprendizaje, motivación, aptitudes y personalidad), y del éxito directivo (comunicación y liderazgo).

Behavioural Studies applied to business. Determining factors of the efficiency of human behaviour at work (learning, motivation, skills and personality), and successful management (communication and leadership).

CONTABILIDAD DIRECTIVA (MANAGEMENT ACCOUNTING)


Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Contabilidad Directiva	 Spring	6.0	3 (E6 Analytics)

En "Contabilidad Directiva" se integran los contenidos aprendidos por el alumno en los cursos de contabilidad financiera y de finanzas, de forma que haciendo uso de los datos

financieros, de la capacidad de organización y planificación en la identificación de problemas en un contexto de datos masivos, y de las técnicas de análisis relevantes se construya una herramienta para identificar, medir, interpretar, simular, planificar y controlar los sucesos económicos que se originan en la empresa, dentro de un ámbito global y agregado sobre el conjunto de la organización, deduciendo las conclusiones que puedan ser de utilidad para la toma de decisiones de la misma.

In "Managerial Accounting" the contents learned by the student in the financial accounting and finance courses are integrated, so that making use of financial data, the capacity for organization and planning in the identification of problems in a data context massive, and of the relevant analysis techniques, a tool is built to identify, measure, interpret, simulate, plan and control the economic events that originate in the company, within a global and aggregate scope on the whole of the organization, deducing the conclusions that may be useful for decision-making of the same.

DIRECCIÓN DE OPERACIONES (OPERATIONS MANAGEMENT)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Dirección de Operaciones	 Fall/ Spring	6.0	3 (E2)



En esta asignatura se estudiarán conceptos sobre diseño de productos y de procesos, la planificación de las operaciones, la organización de tareas, las herramientas y algoritmos matemáticos utilizados en la planificación y programación de operaciones, el análisis, evaluación y gestión de la calidad de los sistemas de operaciones, la medida del rendimiento de las operaciones, la productividad en el contexto de las operaciones, la gestión de inventarios y de las redes de abastecimiento y distribución.

Conocimientos previos: Fundamentos de Gestión Empresarial

In this module, students will learn the concepts on product and process design, operation planning, organisation of the tasks, tools and mathematical algorithms used in planning and operations scheduling, the analysis, evaluation and management of operation systems quality, measuring operations performance, productivity in the context of such operations, inventory keeping as well as supply and distribution networks.

Desirable Previous Knowledge: Introduction to Business.

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS (HUMAN RESOURCES MANAGEMENT)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Dirección de Recursos Humanos	 Spring  Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 4 (E6) 3 (E2+Analytics)


La función de Recursos Humanos en la empresa: perspectiva y prospectiva. Planificación estratégica de RR HH. Gestión de flujos de trabajo y análisis, valoración y descripción de puestos. Gestión de la diversidad cultural. Políticas de empleo (aditivas): Procesos de reclutamiento, selección y contratación. Procesos de reajustes de plantilla y gestión de la desvinculación laboral. Formación y desarrollo de carreras profesionales.

Sistema de gestión del desempeño. Gestión de la compensación. La comunicación en la empresa.

Conocimientos Previos: Comportamiento Organizacional

The role of Human Resources in the company: perspective and forecast. Strategic HR planning. Workflow management and job analysis, assessment and description. Cultural diversity management. Employment policies (cumulative): recruitment, selection and hiring processes. Staff restructuring processes and employee severance management. Professional and career training and development. Performance management system. Compensation management. Company communication.


ENTORNO GLOBAL DE LOS NEGOCIOS (GLOBAL BUSINESS ENVIRONMENT)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Entorno Global de los Negocios	 Fall	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil)

Objetivos: Contribuir a una visión clara y rigurosa del proceso de globalización y sus diferentes aspectos. Introducir al alumno en el análisis económico de los países en vías de desarrollo, su particular. Características y relación con los países desarrollados. Dotar al alumno de las herramientas necesarias de análisis económico para comprender los procesos de apertura financiera y comercial.

Objectives: Contribute to a clear and rigorous vision of the globalization process and its different aspects. Introduce the student in the economic analysis of developing countries, its particular features and relationship with developed countries. Provide the student with the necessary tools for economic analysis in order to understand the processes of financial and commercial opening.

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES (BUSINESS STRATEGIES)


Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Estrategias Empresariales	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil) 3(E2+Analytics)

Comprensión de la estrategia de la empresa como un proceso social y político negociado. Prestando atención al proceso y a cómo se puede facilitar, es posible definir planes estratégicos óptimos, para aspirar al logro de una ventaja competitiva sostenible y que vayan ligados a un alto grado de compromiso de todos los participantes. Para ello, se introducen modelos y herramientas que permitan identificar todas las alternativas estratégicas posibles (¿en qué direcciones y a través de qué métodos puede evolucionar la estrategia de la organización?) y evaluarlas, para orientar así la elección de la estrategia. Reflexión en torno al hecho de que la estrategia y el cambio estratégico van ligados a uno u otro tipo de cambio organizativo. Comprender cómo abordar estos cambios organizativos con éxito es determinante para asegurar la implantación eficaz de la estrategia. En dicha implantación juegan un rol determinante los stakeholders de la organización y las resistencias al cambio que algunos de ellos puedan manifestar. Diseñar tácticas de implantación que eviten, eludan o minimicen dichas resistencias resulta una actividad clave para el éxito. Todos estos aspectos se

complementan con el diseño y aplicación de sistemas de control de la estrategia, que garanticen tanto su correcta implantación como el logro de los objetivos para los que ha sido definida.

Understanding business strategy as a social and politically negotiated process. By focusing on the process and how it can be achieved it is possible to define optimal strategic plans that incorporate solid commitment from all participants in order to secure a sustainable competitive advantage. To this end, models and tools are presented which help to identify all possible strategic alternatives (from which perspectives and by using which methods can the company's strategy evolve?) and assess them in order to steer the choice of strategy. Reflection on the fact that strategy and strategic change are connected in one way or another to organizational change. Understanding how to successfully address these organizational changes is a key factor to guarantee the effective implementation of the strategy. This implementation is determined by the central role played by stakeholders and the resistance to change that some may demonstrate. Designing implementation tactics that prevent, avoid or minimize this resistance is paramount to achieve success. All of these aspects are complemented with the design and application of control systems that ensure the strategy is implemented and the goals for which it was defined are achieved.

ÉTICA Y RSE (RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL) (BUSINESS ETHICS AND CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY))

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Ética y RSE (Responsabilidad Social Empresarial)	 Spring	6.0	4 (E2) 4 (E2 Bil) 4 (E2+Analytics)

Se incluye en el segundo semestre del cuarto curso de la carrera, cuando ya se han visto buena parte de los contenidos disciplinares de la misma, al objeto de que el alumno sea capaz de conectar la Ética y la RSE con elementos tales como la Estrategia, el Marketing, la Dirección Financiera, la Gestión de Personas en la Organización. Porque las consideraciones éticas y de responsabilidad social nacen y se despliegan al hilo de la propia dinámica empresarial: cristalizan en los valores, la visión y la misión y, estando presente de manera transversal e implícita en buena parte de las prácticas y políticas organizativas, se manifiestan cotidianamente en las tomas de decisión que se llevan a efecto en las distintas áreas y departamentos.

This is taught in the second semester of the course's fourth year, when the students have studied most of the topics within this subject, in order for the students to be able to link Ethics and CSR with elements such as Strategy, Marketing, Financial Management and People Management within the Organisation. Since ethical and social responsibility considerations arise and unfold as a result of business dynamics, they materialise into the values, vision and mission and, while implicitly present across most organisational practices and policies, they become visible through every decision that is made on a daily basis in different areas and departments.


ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD EN LA ERA DIGITAL (ETHICS AND SUSTAINABILITY IN THE DIGITAL ERA)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Ética y Sostenibilidad en la Era Digital	 Spring	3.0	4 (E6+Analytics)

Implicaciones e influencia de la Ética, la RSE y la sostenibilidad sobre los procesos de toma de decisiones que se llevan a efecto en las distintas áreas y departamentos de una empresa. Su interrelación con elementos tales como la estrategia, el marketing, las finanzas, la información y la gestión de personas en la organización. Identificación de los valores éticos y morales que imperan en la empresa, para derivar de los mismos los dilemas éticos que se presentan en su actividad. Retos éticos de la gestión de empresas en un mundo global y digitalizado. Identificación y debate en torno a los dilemas éticos específicos de la gestión y del uso de la información sustentada en datos masivos. La definición de prácticas éticas en la analítica de datos. Revisión del concepto de privacidad y sus límites. La protección de datos y la privacidad del "internet de las cosas". El papel de los códigos de conducta sobre el uso de los datos en diferentes industrias.

Implications and influence of Ethics, CSR and sustainability on the decision-making processes that are carried out in the different areas and departments of a company. Its interrelation with elements such as strategy, marketing, finance, information and people management in the organization. Identification of the ethical and moral values that will prevail in the company, to derive from the same ethical dilemmas that arise in its activity. Ethical challenges of business management in a global and digitized world. Identification and debate around the specific ethical dilemmas of the management and use of information supported by massive data. The definition of ethical practices in data analytics. Review of the concept of privacy and its limits. Data protection and privacy of the "internet of things". The role of codes of conduct on the use of data in different industries.

GOBIERNO CORPORATIVO (CORPORATE GOVERNANCE)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Gobierno Corporativo	 Fall	6.0	4 (E2)


El objetivo de esta asignatura es el de familiarizar a los alumnos con los fundamentos teóricos del gobierno corporativo como herramienta de trabajo estratégico en general, y de control estratégico en particular, y el de hacerles conscientes de los problemas reales asociados a la relación entre el consejo de administración de la empresa, su presidente, sus directivos, sus propietarios y otros grupos de interés vinculados a la misma.

Conocimientos previos: Estrategia Empresarial

The aim of this module is for students to become acquainted with the theoretical foundations of corporate governance as a strategic working tool in general, and a strategic control tool in particular; in addition, it aims to raise awareness on the actual problems associated with the relationship between the company's board of directors, the chairman, directors and owners as well as other stakeholders linked to it.


Desirable Previous Knowledge: Business Strategies

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Human Resources Management	 Fall/ Spring	6.0	3 Business in Spain

The role of Human Resources in the company: perspective and forecast. Strategic HR planning. Workflow management and job analysis, assessment and description. Cultural diversity management. Employment policies (cumulative): recruitment, selection and hiring processes. Staff restructuring processes and employee severance management. Professional and career training and development. Performance management system. Compensation management. Company communication.

INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA (INNOVATION AND STRATEGY)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Innovación y Estrategia	 Fall / Spring	6.0	4 (E2)_DIR 5 (E6)

El objetivo de la asignatura es proporcionar a los alumnos la metodología y los instrumentos adecuados para el análisis y 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 en el logro y el mantenimiento de la ventaja competitiva de la empresa. Partiendo de esta realidad, se analizan los factores determinantes que intervienen en la formulación de las estrategias tecnológicas de las empresas, con especial interés en las condiciones organizativas que favorecen la formulación e implantación de dichas estrategias. Las ventajas e inconvenientes de las diferentes estructuraciones posibles del departamento de I+D de la organización son unas de las cuestiones a abordar en este sentido. Asimismo, se contemplan las diferentes alternativas estratégicas para la explotación y comercialización de la tecnología. Todas estas decisiones se particularizan para el caso de los sectores caracterizados por la presencia de estándares de mercado. Finalmente, se espera que los alumnos conozcan los agentes que ejercen un papel clave en el proceso de innovación tecnológica, con especial interés en las ayudas institucionales y en la cooperación con otras empresas e instituciones, así como las principales fuentes de información tecnológica para la dirección de empresas.

Conocimientos previos: Estrategias empresariales

The aim of the module is to provide students with appropriate methods and instruments for business innovation analysis and management, as well as exploiting any potential competitive advantage linked to it.

To be more precise, the role of innovation is assessed in terms of the achievement and maintenance of the company's competitive advantage. Taking this as a starting point, the determining factors involved in the creation of companies' technological strategies are analysed, paying special attention to the organisational conditions favouring the creation and implementation of such strategies. The advantages and disadvantages of different possible structures of the organisation's R+D department are some of the issues to be tackled in this respect. In addition, different strategic alternatives are considered for the operation and marketing of technology. All such decisions are reviewed in detail in the case of sectors characterised by the presence of market standards. Finally, the students are expected to know the actors that play a vital role in the technological innovation process, paying special attention to institutional support and cooperation with other companies and entities, as well as the main sources of technological information for business administration.

Desirable Previous Knowledge: Business Strategies.

INTERNALIZACIÓN EMPRESARIAL (INTERNATIONALIZATION THE COMPANY)

Nombre del Curso Course Title	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Internalización Empresarial	 Spring	6.0	4 (E2)

La asignatura tiene como objetivo facilitar al estudiante la comprensión de las claves del contexto socio-económico, político y cultural que envuelve la internacionalización de las organizaciones y que se encuentra marcado por el fenómeno de la globalización. Asimismo, aborda las principales decisiones estratégicas a afrontar por una empresa en un proceso de internacionalización y profundiza en las singularidades de la gestión internacional de algunas de las áreas funcionales clave de la empresa internacional.


This module aims to enable students to understand the key aspects of the socio-economic, political and cultural context surrounding the internationalisation of organisations, which is affected by the phenomenon of globalisation. In addition, it tackles the main strategic decisions to be made by a company during an internationalisation process and provides a further analysis of the unique aspects of the international management of some of these functional areas that are key to an international company.

INTERNATIONAL BUSINESS

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
International Business	 Fall/Spring	6.0	4 Business in Spain

This module aims to enable students to understand the key aspects of the socio-economic, political and cultural context surrounding the internationalisation of organisations, which is affected by the phenomenon of globalisation. In addition, it tackles the main strategic decisions to be made by a company during an internationalisation process and provides a further analysis of the unique aspects of the international management of some of these functional areas that are key to an international company.


LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA (BUSINESS START-UPS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Creación de una Empresa	 Fall	6.0	4 (E2)_DIR

El propósito de la asignatura es facilitar al alumno la materialización y puesta en práctica de su conocimiento y comprensión del funcionamiento de una empresa y del papel que ésta desempeña en el contexto actual. Busca desarrollar la creatividad y el espíritu emprendedor del alumno, al estimular su capacidad de buscar ideas y oportunidades de negocio, proporcionándole instrumentos que permitan analizar y estimar la posibilidad de que sus ideas se conviertan en empresas reales (gracias a técnicas de generación, evaluación e implantación de ideas que le permitan definir la idea de negocio y la búsqueda de oportunidades empresariales).

The purpose of the subject is to provide the student with a concretion and practice of his/her knowledge and comprehension of the way a company Works. The role fulfilled by companies in the current context will also be tackled. Another important aim is to develop the student's creativity and his/her entrepreneurship.

LEADERSHP AND CHANGE MANAGEMENT

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Leadership	 Fall/Spring	6.0	4 Business in Spain

Realistic and practical approach of students to the exercise of leadership in organisations. More precisely, the subject stems from the discussion around the concept of leadership (understood as leadership, sources of power and influence, power vs. authority) and the keys to achieving authority (positioning, commitment, consistency and results) to subsequently review the essential achievements in the evolution of understanding and the exercise of leadership in the organisation (landmarks in research on leadership from the perspective of the 21st century, leadership models), The development of leadership is also covered, including assessment methodologies for management competencies and leadership development methodologies in organisations (coaching and mentoring for development), along with the applications of leadership: leadership for management of people (management, definition of objectives, monitoring and assessment), leadership for professional development (feedback and influence), motivational leadership. Includes skills training and management conduct oriented towards the development of leadership: persuasion and influence on people in the organisation, management of change, management and development of professional teams.

LIDERAZGO Y CAMBIO (LEADERSHIP AND CHANGE MANAGEMENT)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Liderazgo y Cambio	 Fall  Fall	6.0	4 (E2)_DIR 4 E2+Analytics GES

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), para posteriormente revisar los hitos esenciales en la evolución de la comprensión y ejercicio del liderazgo en la organización (hitos en la investigación sobre liderazgo desde la perspectiva del siglo XXI; modelos de liderazgo). Se abordan también el desarrollo del liderazgo, incluyendo metodologías de

evaluación de competencias directivas y metodologías de desarrollo del liderazgo en las organizaciones (coaching y mentoring para el desarrollo), así como las aplicaciones del liderazgo: liderazgo para la gestión de personas (dirección, definición de objetivos, seguimiento y evaluación), liderazgo para el desarrollo profesional (feedback e influencia), liderazgo motivacional. Incluye entrenamiento en habilidades y conductas directivas orientadas al desarrollo del liderazgo: persuasión e influencia sobre las personas en la organización, gestión del cambio, dirección y desarrollo de equipos profesionales.

Realistic and practical approach of students to the exercise of leadership in organisations. More precisely, the subject stems from the discussion around the concept of leadership (understood as leadership, sources of power and influence, power vs. authority) and the keys to achieving authority (positioning, commitment, consistency and results) to subsequently review the essential achievements in the evolution of understanding and the exercise of leadership in the organisation (landmarks in research on leadership from the perspective of the 21st century, leadership models), The development of leadership is also covered, including assessment methodologies for management competencies and leadership development methodologies in organisations (coaching and mentoring for development), along with the applications of leadership: leadership for management of people (management, definition of objectives, monitoring and assessment), leadership for professional development (feedback and influence), motivational leadership. Includes skills training and management conduct oriented towards the development of leadership: persuasion and influence on people in the organisation, management of change, management and development of professional teams.


MASTERPIECES OF HISPANIC LITERATURES

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Masterpieces of Hispanic Literatures	 Fall/Spring	6.0	3 Business in Spain

Survey course that traces the development of Hispanic Literatures from the Medieval times to the present. Representative works of various genres are examined in their cultural and historical context, with special emphasis placed on contemporary texts. Readings include selections from Epic poetry, Cervantes, the Picaresque, Baroque Comedia, as well as works by Clarín, Unamuno, García Lorca, Borges, Cortázar, Rulfo, Sender, Martín Gaité, Goytisolo, Roberto Bolaño, Enrique Vilamatas, and others.


Desirable Previous Knowledge: A passion for reading.

NEGOTIATIONS TECHNIQUES

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Negotiations Techniques	 Fall/ Spring	6.0	4 Business in Spain

Knowledge and practice of negotiation methodology based on a series of principles, known as the Harvard Method. This methodology based on the win-win technique, develops the art of negotiation without conceding. Emphasis on the systematic preparation of all elements of negotiation, interests, options, MAPAN, communication, rapport, commitment and legitimacy. Negotiation as a solution to the resolution of conflicts. Verbal and non-verbal communication in negotiation. Importance of the active school in negotiation. Considerations before playing dirty in jiu-jitsu negotiation. Contents acquired fundamentally in practice or through role play and practical classroom exercises


OPERATIONS MANAGEMENT

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Operations Management	 Fall/ Spring	6.0	3 Business in Spain

In this module, students will learn the concepts on product and process design, operation planning, organisation of the tasks, tools and mathematical algorithms used in planning and operations scheduling, the analysis, evaluation and management of operation systems quality, measuring operations performance, productivity in the context of such operations, inventory keeping as well as supply and distribution networks.


Desirable Previous Knowledge: Introduction to Business.

ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Organizational Behaviour	 Fall/Spring	6.0	3 Business in Spain

Behavioural Studies applied to business. Determining factors of the efficiency of human behaviour at work (learning, motivation, skills and personality), and successful management (communication and leadership).

PODER E IMAGEN, LOS SIGLOS DE ORO: LA COLECCIÓN REAL EN EL MUSEO DEL PRADO (POWER AND IMAGE IN GOLDEN AGE SPAIN: THE ROYAL COLLECTION AT THE PRADO MUSEUM)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Poder e Imagen, los Siglos de Oro: La colección Real en el Museo del Prado	 Spring	6.0	3 Business in Spain

Uno de los factores más importante en la definición de estado monárquico e imperial de la corona española será la búsqueda y concreción de una imagen plástica que sintetice su programa político.

Desde los Reyes Católicos, todos los monarcas españoles se distinguieron por su afición, defensa, promoción y coleccionismo de las artes plásticas más allá del disfrute puramente estético. A través de las colecciones del museo del Prado, que atesoran casi íntegramente un legado de siglos, conoceremos éstas y otras circunstancias como el valor diplomático que tuvieron muchas de las obras que lo integran, la evolución del gusto estético a lo largo de varios siglos, así como su dimensión económica y simbólica.

The process of building the identity of the Spanish Imperial Monarchy implied the search and refining of an image capable of synthesizing the politic agenda. The Spanish Kings, ever since the Catholic Monarchs, had shown a fondness for art which went beyond the purely aesthetically enjoyment the derived from it. Thus, they defended and promoted art collecting because of its paramount strategic value. By exploring these Royal Collections at the Prado Museum, the students will be able to know the different dimensions of art at the time, such as the politic value, the evolution of taste and appreciation, and the economic and symbolic status of different works.

SISTEMAS INFORMATIVOS DE GESTIÓN (INFORMATION SYSTEMS MANAGEMENT)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Sistemas Informativos de Gestión	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil)

Por un lado, la tecnología de la información representa la mayor inversión para muchas compañías, ya que ésta es un vehículo imprescindible para alcanzar los objetivos corporativos, y porque ha permitido a las empresas reducir sus costes, alcanzar nuevos niveles de servicio y atención al cliente, ofrecer nuevos productos, acceder a nuevos mercados y modificar la operativa misma de la compañía.

Por otro lado, los sistemas de información permiten la integración de los procesos empresariales tanto internos como externos; es decir, permiten la interrelación entre las distintas áreas funcionales de la empresa (de marketing, financiera, de recursos humanos, de logística, de producción, entre otras).

Por lo tanto, las decisiones sobre la gestión de la información no pueden quedarse en manos del personal técnico de la empresa: los expertos en dirección y gestión requieren nuevas habilidades, incluidas las necesarias para gestionar con confianza y competencia la información y su tecnología.

Es por ello que la asignatura de Gestión de los Sistemas de Información sigue el hilo conductor de la generación de valor en la empresa a través de los sistemas de información, quedando de lado los temas o aspectos más técnicos.


On the one hand, information technology represents the largest investment for most companies, since it is an essential means of achieving corporate goals, and because it has enabled companies to reduce their costs, reach new levels of service and customer care, offer new products, access new markets and modify the company's operations themselves.

On the other hand, information systems enable the integration of both internal and external business processes; namely, they foster inter-relations between different functional areas of the business (marketing, finance, human resources, logistics and production, among others).

Therefore, decisions on information management must not be left with the company's technical staff: administration and management experts must have new skills, including those needed to confidently and competently manage information and associated technologies.


This is why the Information Systems Management module carries on from the theme of value generation in the business through information systems, leaving the most technical topics or aspects aside.

SPANISH CULTURE AND HISTORY THROUGH VISUAL ARTS

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Spanish Culture and History Through the	 Fall/ Spring	6.0	3 Business in Spain

The course is an exploration of Spanish Culture and History as depicted in different Spanish movies. Representative cinematographic works dealing with different historical epochs will be examined, with special emphasis placed on Spanish contemporary cultural and historical trends. The list of movies will include works (entire movies or selections) by José Luis Sáenz de Heredia, Luis García Berlanga, Víctor Erice, Fernando Trueba, Pedro Almodóvar, Iciar Bollain, Imanol Uribe, Fernando Colomo, Fernando León de Aranoa, and others.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Supply Chain Management	 Spring	6.0	4 (E2 Analytics)

Detalle en 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.

Detail in the knowledge and understanding of the keys to supply chain management in a global context. In a first part, it is exposed concepts about the business logistics system and logistics functions in the supply chain. In a second part, the logistics functions of supplies, production and physical distribution. Next, concepts referring to logistics strategies in the supply chain, considering the opportunities and threats arising from the international dimension of operations (eg exploitation of the advantages derived from the most efficient location of supplies and warehouses). Add the reflection on the bullwhip effect as source of inefficiencies in the supply chain and collaborative relationships between companies in the chain. Finally, concepts on the applications of information technologies in logistics management of the supply chain (ERP and SCM)


TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN (NEGOTIATION TECHNIQUES)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Técnicas de Negociación	 Fall/ Spring	6.0	4 Diploma Business in Spain

Conocimiento y práctica de la metodología de negociación basada en una serie de principios, conocida como el Método Harvard. Esta metodología basada en la técnica win-win, desarrolla el arte de negociar sin ceder. Énfasis en la preparación sistemática de todos los elementos de la negociación: intereses, opciones, MAPAN, comunicación, relación, compromiso y legitimidad. La negociación como solución a la resolución de conflictos. Comunicación verbal y no verbal en la negociación. Importancia de la escucha activa en la negociación. Consideraciones antes el juego sucio en la negociación jiu-jitsu- Los contenidos se adquieren fundamentalmente en práctica a través de ejercicios de role play y ejercicios prácticos, que se realizan en clase.

Knowledge and practice of negotiation methodology based on a series of principles, known as the Harvard Method. This methodology based on the win-win technique, develops the art of negotiation without conceding. Emphasis on the systematic preparation of all elements of negotiation, interests, options, MAPAN, communication, rapport, commitment and legitimacy. Negotiation as a solution to the resolution of conflicts. Verbal and non-verbal communication in negotiation. Importance of the active school in negotiation. Considerations before playing dirty in jiu-jitsu negotiation. Contents acquired fundamentally in practice or through role play and practical classroom exercises.

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y GESTIÓN DEL CAMBIO

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Técnicas de Negociación	 Fall	6.0	5 (E6)

Conocimiento y práctica de la metodología de negociación basada en una serie de principios, conocida como el Método Harvard. Esta metodología basada en la técnica win-win, desarrolla el arte de negociar sin ceder. Énfasis en la preparación sistemática de todos los elementos de la negociación: intereses, opciones, MAPAN, comunicación, relación, compromiso y legitimidad. La negociación como solución a la resolución de

conflictos. Comunicación verbal y no verbal en la negociación. Importancia de la escucha activa en la negociación. Consideraciones antes el juego sucio en la negociación jiu-jitsu- Los contenidos se adquieren fundamentalmente en práctica a través de ejercicios de role play y ejercicios prácticos, que se realizan en clase.

Knowledge and practice of negotiation methodology based on a series of principles, known as the Harvard Method. This methodology based on the win-win technique, develops the art of negotiation without conceding. Emphasis on the systematic preparation of all elements of negotiation, interests, options, MAPAN, communication, rapport, commitment and legitimacy. Negotiation as a solution to the resolution of conflicts. Verbal and non-verbal communication in negotiation. Importance of the active school in negotiation. Considerations before playing dirty in jiu-jitsu negotiation. Contents acquired fundamentally in practice or through role play and practical classroom exercises.



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA


ICAI ICADE CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

DERECHO / LAW

DERECHO/LAW


DERECHO MERCANTIL (COMMERCIAL LAW)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Derecho Mercantil	 Spring	6.0	3 (E6) 3 (E6 Analytics)

Derecho societario: Clases de sociedades, características generales de los diferentes modelos de sociedad mercantil. Descripción y funcionamiento de las sociedades mercantiles de carácter capitalista: constitución, órganos sociales, responsabilidad del administrador societario, modificaciones estatutarias, extinción, fusiones y escisiones. Derecho concursal: procedencia del concurso de acreedores, presupuestos objetivo y subjetivo, procedimiento y medidas cautelares, los administradores concursales y su función, formación de las masas activa y pasiva, clasificación de los créditos, convenio y liquidación, calificación del concurso y responsabilidades deducidas. Títulos valores: concepto y clases de títulos, su papel en la circulación fiduciaria, el título como medio de pago y como instrumento de crédito, títulos de tradición y títulos de crédito, títulos cambiarios.

Company Law: Types of companies, general characteristics and different models of commercial companies. Description and function of capitalist mercantile companies: constitution, corporate bodies, responsibility of company administrators, statutory modifications, extinction, mergers and excisions. Insolvency Law, the administration process, objective and subjective budgets, procedure and cautionary measures, insolvency administrators and their function, formation of asset and liability blocks, credit classification, agreement and liquidation, classification of insolvency and inferred responsibilities. Securities: concept and classes of securities their role in currency circulation, the security as a means of payment and as a credit instrument, traditional and credit securities, combined securities.

ORGANIZACIONES INTERNACIONALES (INTERNATIONAL ORGANIZATIONS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Organizaciones Internacionales	 Fall	3.0	4 (E6 Analytics)

This subject offers students an introduction, from a theoretical and practical perspective of the phenomenon of international organisations, covering basic concepts in the area. International Organisations shall be subject to study from the dual position of principals subject to International Public Law and international actors.

Desirable Previous Knowledge: Basic Economic Literacy.



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA


ICAI ICADE CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

**DEPARTAMENTO DE MÉTODOS
CUANTITATIVOS / DEPARTMENT
OF QUANTITATIVE METHODS**

DEPARTAMENTO DE MÉTODOS CUANTITATIVOS / DEPARTMENT OF QUANTITATIVE METHODS

ANÁLISIS MULTIVARIANTE (DATA ANALYSIS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Análisis Multivariante	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil)


Capacitación para tratar bases de datos de múltiples variables en el análisis de los riesgos empresariales y financieros

Conocimientos previos: Conceptos estadísticos básicos.

Training to treat databases of multiple variables in the analysis of business and financial risks.

Desirable Previous Knowledge: Basic Statistics.


DATOS MASIVOS

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Datos Masivos	 Spring	3.0	3 (E2+Analytics) 3 (E6 Analytics)

La tecnología Big Data es esencial en la disciplina de Analítica avanzada y procesado masivo de datos y una herramienta de uso cada vez más extendido en las empresas como habilitador de los análisis avanzados. De esta manera el objetivo de la asignatura es que el GUÍA DOCENTE 2022 - 2023 alumno aprenda los conceptos relacionados de Big data, desde sus origen e historia, características y diferencias respecto a sistemas tradicionales, su arquitectura paralela y las diferencias con otros sistemas paralelos y ecosistema del ciclo del dato básico, desde su adquisición del dato, almacenamiento al procesamiento. Se relacionará las capacidades que ofrece esta tecnología con los problemas que para los que está especialmente indicada, las necesidades que cubre y los casos de uso que consiguen aportar valor diferencial a las empresas y la sociedad. Al finalizar el curso, los alumnos entenderán los bloques habituales de una instalación tipo, el funcionamiento de big data, su utilidad y sabrán en qué casos debe ser aplicado, por qué y para qué, de tal manera que puedan proponer y defender casos concretos de uso.

Conocimientos previos: Conocimientos básicos de programación.


DATA ANALYSIS AND VISUALIZATION

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Data Analysys and Visualita	 Fall	6.0	Diploma Business in Spain

The "data analysis and visualization" course aims to provide the student with an introductory and transversal vision, applicable to all areas of business administration, of how to use data as a support for decision making. Working with data consists of several phases that go from obtaining raw data to obtaining knowledge: obtaining, enriching, cleaning, summarizing, visualizing, analyzing, drawing conclusions and communicating the results. All this in the context of a business problem and with the objective of generating recommendations that help decision making. The course is aligned with the achievement of Learning Goal No. 5. Specifically, the intended general learning objective is: To know how to communicate effectively to a non-technical audience, facts, conclusions and recommendations based on data, using digital presentation and visualization tools.

Desirable Previous Knowledge: Excel, statistics and calculus.

INVESTIGACIÓN OPERATIVA (OPERATIONS RESEARCH)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Investigación Operativa	 Spring	6.0	3 (E2 Analytics) 3 (E6 Analytics)

En el perfil profesional del graduado en Business Analytics, esta asignatura pretende profundizar y ampliar los conocimientos de técnicas matemáticas de apoyo a la toma de decisiones. Al finalizar el curso los alumnos dominarán la formulación y el modelado de problemas de optimización y decisión, conocerán las diferentes alternativas de modelado y las técnicas existentes para resolver modelos de investigación operativa. En particular se pretende conseguir que el alumno sea capaz de:

1. Reconocer los diversos campos en los que se aplican técnicas de gestión de operaciones.
2. Modelar sistemas característicos de diferentes sectores empresariales mediante técnicas cuantitativas.
3. Comprender y aplicar técnicas empleadas en la toma de decisiones que afectan al comportamiento de sistemas.
4. Analizar e interpretar las soluciones obtenidas de las distintas técnicas aplicadas.
5. Plantear y resolver modelos concretos de sistemas utilizando un lenguaje algebraico de modelado.
6. Analizar y sintetizar la información recibida y transmitir en forma adecuada, tanto en forma escrita como verbal, el contenido de la práctica de modelado realizada.
7. Aprender a trabajar en equipo en la realización de prácticas.


Conocimientos previos: Álgebra, estadística y cálculo.

The course's main purpose is to provide a deep and broad understanding of instrumental mathematical techniques used for decisionmaking, a crucial ability for graduates and future professionals in Business Analytics. Upon completion of this course, students will master the formulation of real-world problems through mathematical programming tools and will learn alternative techniques aimed at solving operations research models. In specific terms, the course is meant to enable students to:

1. *Distinguish several fields in which operation management techniques are applied.*
2. *Model systems suitable for different business sectors through quantitative methods.*
3. *Understand and apply decision-making methods that influence system behaviour.*
4. *Analyse and interpret the results obtained through different methods.*
5. *Outline and solve specific systematic models by using algebraic modelling languages.*
6. *Analyse and synthesise incoming information and adequately communicate the content of the modelled practice, both in written and oral forms.*
7. *Enhance problem-solving skills via group projects.*

Desirable Previous Knowledge: Algebra, statistics and calculus

MACHINE LEARNING I: PREDICCIÓN / MACHINE LEARNING II: FORECASTING

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Machine Learning I: Predicción	 Fall	3.0	3 (E2 Analytics) 4 (E6 Analytics)

Muchas decisiones y problemas de carácter empresarial se pueden mejorar mediante la aplicación de técnicas analíticas a la inmensa cantidad de datos de todo tipo disponibles.

La asignatura es una introducción a las técnicas de machine learning, entrando luego en detalle en las técnicas básicas de predicción y clasificación.


Para que sea útil, la asignatura se centrará en la aplicación de las técnicas a datos y problemas reales, de manera que el alumno tenga las herramientas para poder enfrentarse a problemas empresariales reales más adelante.

Conocimientos previos: Fundamentos de análisis estadístico de datos, Fundamentos de programación en Python y R y Fundamentos de Business Analytics

Many business decisions and problems can be improved by applying analytical techniques to the vast amount of data of all kinds available. The course is an introduction to machine learning techniques, going into detail on basic prediction and classification techniques. To be useful, the course will focus on the application of the techniques to real data and real problems, so that the student will have the tools to be able to deal with real business problems later on.

Desirable Previous: Fundamentals of statistical data analysis, Fundamentals of Python and R programming and Fundamentals of Business Analytics

MACHINE LEARNING II: PREDICCIÓN / MACHINE LEARNING II: FORECASTING

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Machine Learning II: Predicción	 Spring	3.0	3 (E2 Analytics) 4 (E6 Analytics)


Esta asignatura aborda un aspecto esencial del análisis de datos, como son las series temporales. Muchos de los problemas empresariales a los que se enfrentarán los estudiantes durante su carrera profesional requieren de este tipo de análisis, pues gran parte de la información necesaria para la toma de decisiones está estructurada de este modo. El carácter aplicado de la asignatura permite poner en práctica muchos conceptos y teorías que ya se han introducido en otras asignaturas, ya sean de tipo económico, de marketing o de finanzas.

Conocimientos previos: Micro & macro), estadística descriptiva e inferencia y manejo intermedio de hoja de cálculo, programación en R

This course deals with an essential aspect of data analysis, such as time series. Many of the business problems that students will face during their professional careers require this type of analysis, since much of the information necessary for decision making is structured in this way. The applied nature of the course allows students to put into practice many concepts and theories that have already been introduced in other subjects, such as economics, marketing or finance.

Desirable Previous: Micro & macro, statistics and inference, intermediate use of spreadsheets and programming in R

MATEMÁTICAS AVANZADAS DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS (ADVANCED MATHEMATICS OF FINANCIAL INSTRUMENTS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Matemáticas de los Instrumentos Financieros	 Spring	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil)


Representación matemática de activos financieros. Principios básicos de los modelos de valoración financiera. Aplicación a activos de renta fija y derivados.

Conocimientos previos: Leyes financieras clásicas. Valoración de préstamos y bonos.

Mathematical representation of financial assets. Basic principles of financial assessment models. Application to fixed income assets and derivatives.

Desirable Previous Knowledge: Financial Laws & Corporate bonds


MÉTODOS ESTADÍSTICOS (STATISTICAL METHODS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Métodos Estadísticos	 Fall	3.0	3 (E6 Analytics)

Asignatura de carácter instrumental dedicada fundamentalmente a técnicas de inferencia estadística. Dichas técnicas permiten generalizar las conclusiones obtenidas del análisis de una muestra a la población de la que procede ya que desarrollan los métodos necesarios para producir generalizaciones a partir de la información disponible. Así se consigue una mejor comprensión del comportamiento de los fenómenos aleatorios presentes en la toma de decisiones en las organizaciones, en las que el conocimiento de la realidad se caracteriza por la existencia de incertidumbre.

Conocimientos previos: conceptos matemáticos y estadísticos (Descriptiva y Cálculo de Probabilidades)

MODELOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES (MODELS FOR BUSINESS DECISION-MAKERS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Modelos de la Decisión Empresarial	 Fall	6.0	3 (E2) 3 (E2 Bil)

Identificación y descripción de los elementos de un problema de decisión. Metodología matemática y estadística necesaria en presencia de un único criterio o varios criterios de decisión y según los distintos ambientes de la decisión (certeza, riesgo e incertidumbre)

Conocimientos previos: Matemáticas y Estadística

Identification and description of the elements involved in a decision-making problem. Mathematical and statistical methods necessary when faced with either a single criterion or various criteria for decision-making and depending on the different decision-making environments (certainty, risk and uncertainty).

Desirable Previous Knowledge: Mathematics and Statistics.



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE


CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

**DEPARTAMENTO DE RELACIONES
INTERNACIONALES /
INTERNATIONAL RELATIONS
DEPARTMENT**


DEPARTAMENTO DE RELACIONES INTERNACIONALES /
INTERNATIONAL RELATIONS DEPARTMENT

ANÁLISIS EN POLÍTICA INTERNACIONAL (INTERNATIONAL POLICY ANALYSIS)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Análisis de Política Internacional	 Fall	4.5	4 (E6 Analytics)

International Policy Analysis, will study the current international situation using case studies which will reflect the existing conflicts in the international system. Students will be introduced to the main concepts of geopolitics and will learn to use indicators and interpret factors to understand the relationship between different actors and the changes in power and hegemony among them.


ESTUDIOS REGIONALES II: AMÉRICA LATINA (REGIONAL STUDIES II: LATIN AMERICAN)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Estudios Regionales II: América Latina	 Spring	6.0	3 (E6) 3 (E-6+ Analytics)

La asignatura "Estudios Regionales: América Latina" tiene dos objetivos principales. El primero es exponer, a los futuros profesionales, las características más importantes de esta zona del mundo teniendo en cuenta sus características históricas, socioculturales, políticas y Económicas. En Segundo lugar, busca proporcionarles herramientas teóricas y prácticas para mejorar sus habilidades de discusión y análisis, desde un punto de vista científico, sobre la realidad latinoamericana en el contexto internacional.

"The subject "Regional Studies: Latin America" has two main aims. The first one is to expose, to the future professionals, the most important characteristics of this area of the world taking into account its historical, socio-cultural, political and economic dimensions. Secondly, it looks for giving them theoretical and practical tools in order to improve their skills for discussion and analysis, from a scientific point of view, about Latin American reality in the international context".

ESTUDIOS REGIONALES III: ORIENTE MEDIO (REGIONAL STUDIES III: Middle East)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Regional Studies III: Middle East	 Fall	3.0 ECTS	4 (E6)

This subject provides students with a general overview of the principal political, social and cultural questions facing the Middle East. The first part of the course centres on the formation of Islam

and its subsequent development to untangle the complexity of relations between Islam and the West from its very beginnings right up to the present day.

This is an introductory course that centres on basic aspects of the historical development of the Middle East from an international relations perspective in order to understand the interconnection between political and religious systems in the region and analyse the principal transformations that have occurred since 1979.


POLÍTICA EXTERIOR DE ESPAÑA (SPANISH FOREIGN POLICY)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Política Exterior de España	 Spring	3.0	3 (E6) 3 (E6 Analytics)

La asignatura "Política Exterior de España" pretende proporcionar a los alumnos una visión global de los principales elementos definitorios de la historia de España, desde el reinado de los Reyes Católicos y el final de la Reconquista, hasta nuestros días. De tal manera, se presentarán las corrientes de larga duración que han definido la acción exterior española, y la interacción indisoluble entre política internacional e interior a lo largo de las distintas fases en las que es divisible la peripecia histórica de nuestro país, hasta el siglo XXI. Todo ello desde una perspectiva según la cual es imposible comprender y analizar procesos políticos actuales sin un conocimiento certero del pasado.

This module aims to provide students with an overall picture of the key defining elements of Spanish history, from the reign of the Catholic Monarchs and the end of the Reconquista to present day. As such, it focuses on the long-standing trends that have defined Spain's foreign affairs and the inevitable interaction between international and domestic policy throughout the various periods of Spain's eventful history up to the 21st century. This approach is based on the idea that it is impossible to understand and analyze current political processes without a strong understanding of the past.

PRINCIPIOS Y POLÍTICAS DE LA SEGURIDAD INTERNACIONAL (PRINCIPLES AND POLICIES OF INTERNATIONAL SECURITY)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Principios y Políticas de la Seguridad Internacional	 Spring	6.0	4 (E6 Analytics)

Introduction to the concepts, theory and field of study of Security. Theoretical evolution within the sphere of international relations. The broadened concept of Security. Actors, dynamics, central challenges and topical problem areas.



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA


ICAI ICADE CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

CONSULTORÍA SOCIAL / SOCIAL CONSULTING

CONSULTORÍA SOCIAL / SOCIAL CONSULTING

APRENDIZAJE SERVICIO EN EL ÁMBITO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL (BUSINESS, SOCIETY & PURPOSE)

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Aprendizaje Servicio en el Ámbito de la Gestión Empresarial	 Fall/Spring	3.0	3 (E-2) 3 (E-2 Bil) 4 (E-6) 3 (E-2+Analytics) 4 (E-6+Analytics)

Curso completo (pero se puede adaptar a las personas que sólo están un semestre, de preferencia el 1º)


El objetivo de esta asignatura es completar la formación integral y en valores característica de nuestra Universidad, mediante vocación de servicio y ayuda a los demás. Concretamente se trata de que el alumnado sepa aplicar los conocimientos y competencias adquiridas a lo largo de los estudios del grado de ADE a problemas concretos a la vez que se oferta un servicio a la sociedad, con especial atención a las personas vulnerables y/o en riesgo de exclusión y sus circunstancias, propiciando el encuentro con otras realidades. Además, se pretende, de alguna manera, introducir elementos reflexivos sobre cómo la profesión elegida (directivo de empresa) puede contribuir a hacer de este mundo un buen (mejor) lugar. La metodología de trabajo está basada casi exclusivamente en la resolución de retos de gestión para entidades reales, en equipo. Requiere salir del aula y visitar el proyecto asignado, analizar el contexto e interactuar con las personas de la entidad. Complementariamente se ofrecen una serie de sesiones magistrales que ayudan a reflexionar sobre el sentido de la actividad realizada y a conocer otros paradigmas empresariales a los habituales, centrados en la persona (economía social y solidaria, economía del bien común, etcétera)

Conocimientos previos: Para estudiantes de últimos cursos

Year long course (but can be adapted to people who are only a semester, preference 1st one)

The aim of this course is to complete integral training in values, which is essential in our University, through dedication to service and helping others. Specifically students have to apply the knowledge and skills acquired throughout the studies of the BA degree to specific problems (challenges) and offer a service to the society, with special attention to the vulnerable or at risk-of-exclusion people and their circumstances, fostering the encounter with other environments. In addition the course introduce reflective elements on how the chosen profession (Manager) can contribute to making this world a better place. The methodology of work is based almost exclusively on resolution of current managerial/administrative challenges for not-for profit organizations and charities, working in groups. This course requires field-work. Additionally there are several lectures which help to reflect about the ultimate sense of the given activity and let to know other business paradigm, focused in people, as e.g. Social Economy, Economy for the Common Good an others.

BUSINESS, SOCIETY & PURPOSE

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Business, Society & Purpose	 Fall/Spring	3.0	4 Business in Spain

The aim of this course is to complete integral training in values, which is essential in our University, through dedication to service and helping others. Specifically students have to apply the knowledge and skills acquired throughout the studies of the BA degree to specific problems (challenges) and offer a service to the society, with special attention to the vulnerable or at risk-of-exclusion people and their circumstances, fostering the encounter with other environments. In addition the course introduce reflective elements on how the chosen profession (Manager) can contribute to making this world a better place. The methodology of work is based almost exclusively on resolution of current managerial/administrative challenges for not-for profit organizations and charities, working in groups. This course requires field-work. Additionally there are several lectures which help to reflect about the ultimate sense of the given activity and let to know other business paradigm, focused in people, as e.g. Social Economy, Economy for the Common Good an others.



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA


ICAI ICADE CIHS

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

**INSTITUTO DE IDIOMAS
MODERNOS / MODERN LANGUAGES
DEPARTMENT**

INSTITUTO DE IDIOMAS MODERNOS / MODERN LANGUAGES DEPARTMENT


ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA A1

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Español para alumnos de Intercambio A1	 Fall/ Spring	6.0	

Comprender frases y expresiones e uso frecuente, así como frases sencillas destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato. Presentarse así mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce. Relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad.

This course introduces the content and language that a student will need to live and study in Spain. At the end of the course, a student will be able to use Spanish to communicate both orally and in writing on the topics or areas that have been covered.


ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA A2

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language /Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Español para alumnos de Intercambio A2	 Fall/ Spring	6.0	

Se trabajan simultáneamente las cuatro destrezas comunicativas: expresión y comprensión oral y escrita. Además del estudio de las estructuras gramaticales básicas (contraste de pasado, contraste indicativo/ subjuntivo, análisis de preposiciones, estudio de pronombres, etc.) se enfatiza en la ampliación del vocabulario y se presentan realidades cotidianas de la vida en España y concretamente en Madrid.

This course introduces the content and language that a student will need to live and study in Spain. It draws on students' prior knowledge of Spanish and uses this base to introduce concepts at the student's level so that at the end of the course, a student will be able to use Spanish to communicate both orally and in writing on the topics areas that have been covered.

ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA B1

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/ Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Español para alumnos de Intercambio B1	 Fall/ Spring	6.0	

Al finalizar este curso el estudiante podrá entender los puntos principales de cualquier input estándar o asuntos familiares. Podrá manejar la mayoría de las situaciones que puedan aparecer en posibles viajes por zonas donde se habla el idioma. Podrá producir textos sencillos de interés personal o familiar. Podrá describir experiencias, sucesos,

sueños, deseos y ambiciones, así como dar razones y breves explicaciones sobre sus opiniones y planes.

This course introduces the basic key concepts and language needed to live and study in Spain. The course works on developing the students' spoken and written knowledge of the Spanish language so that by the end of the course, the student will be sufficiently familiar with the language to be able to use it to communicate both orally and in writing in everyday and academic contexts.

ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA B2


Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Español para alumnos de Intercambio B2	 Fall/ Spring	6.0	

Es un curso dirigido a estudiantes que pueden entender las ideas principales de textos tanto concretos como abstractos, incluyendo discusiones técnicas sobre un campo en el que esté especializado. Después del curso será capaz de interactuar con nativos con un nivel de fluidez y espontaneidad altos. Podrá producir textos claros y detallados sobre una amplia gama de temas y explicar su punto de vista, aportando comentarios sobre ventajas y desventajas.

El nivel corresponde al B2 (Usuario Independiente) - Nivel Avanzado del Marco de referencia europeo. Un usuario independiente B2 puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad, de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de los interlocutores.

Within the methodological framework of the Communicative Task-based Approach and Collaborative Action-based Learning, this course is designed to enable the student to understand the principal ideas in texts and oral discourse that are both concrete and abstract, including technical discussions about a field s/he is specialized in. After the course, the student will be able to interact with native speakers both orally and in writing with a high degree of fluency and spontaneity. The student will be able to produce clear and detailed oral and written discourse about a wide range of topics and explain his/her point of view, commenting on advantages and disadvantages, pros and cons, etc. The student will broaden his/her vocabulary and knowledge of Spain and its culture.

ESPAÑOL LENGUA EXTRANJERA C1

Nombre del Curso Course Title/Subject	Idioma/ Semestre Language/Semester	ECTS Credits	Curso Year/ Degree
Español Lengua Extranjera C1	 Fall/ Spring	6.0	

Este curso está dirigido a alumnos que ya tienen un nivel de conocimientos medio-alto o avanzado del español como lengua extranjera. El programa se centra en el desarrollo de las cuatro destrezas o capacidades lingüísticas: comprensión auditiva, expresión oral, comprensión lectora y expresión escrita, sin olvidar las estructuras gramaticales y sintácticas, así como la ampliación sistemática del vocabulario. Además, se facilitará el contacto con la cultura española a través de diversos materiales y actividades seleccionados con este fin.

This course is designed for students with an advanced level of Spanish as a foreign language. The course syllabus concentrates on the development of the four key language skills or competences: listening comprehension, oral production, reading comprehension and writing at an advanced level. It also reviews key grammatical and syntactic structures as well as systematically broadening the students' vocabulary within the methodological framework of the Communicative Task-based Approach and Collaborative Action-based Learning; In addition, the student will be exposed to Spanish culture through the use of various materials and activities designed with this purpose in mind.



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS