



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Creación, organización y dirección de empresas
Código	DOI-MIT-680
Título	N/A [MIT24]
Impartido en	Grado en Análisis de Negocios/Business Analytics y Máster Universitario en Ingeniería de Telecom. [Sexto Curso] Máster Universitario en Ingeniería de Telecomunicación + Máster Universitario en Big Data [Segundo Curso] Máster Universitario en Ingeniería de Telecomunicación y Máster en Ciberseguridad [Segundo Curso] Máster Univ. en Ing. de Telecomunicación + Máster en Tecnologías Financieras: Pagos y Banca Digital [Segundo Curso] Máster Universitario en Ingeniería de Telecomunicación + Máster in Smart Grids [Segundo Curso]
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria
Departamento / Área	Departamento de Organización Industrial
Responsable	Susana Ortiz Marcos
Horario	Previa petición del alumno

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Rodrigo Martínez Díez
Departamento / Área	Departamento de Organización Industrial
Correo electrónico	rmdiez@icai.comillas.edu
Profesor	
Nombre	Susana Ortiz Marcos
Departamento / Área	Departamento de Organización Industrial
Despacho	Alberto Aguilera 25 [D-406]
Correo electrónico	sortiz@iit.comillas.edu
Teléfono	2470
Profesor	
Nombre	Guillermo Estévez De Cominges
Departamento / Área	Departamento de Organización Industrial
Correo electrónico	gestevez@icai.comillas.edu



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

En el perfil profesional del Máster en Ingeniería de Telecomunicación, esta asignatura pretende proporcionar a los ingenieros el conocimiento de qué es una empresa y en qué se diferencia a una startup, qué papel desempeñan ambas en la sociedad y cómo se organizan y gestionan, así como las obligaciones legales y trámites necesarios para poder fundar una empresa.

Esta asignatura facilitará al alumno la puesta en práctica del conocimiento y comprensión del funcionamiento de una empresa y del papel que ésta desempeña en el contexto actual, mediante la elaboración de un plan de negocio de una idea nueva, pensada y desarrollada en grupo, siguiendo las pautas que se vayan dando en clase.

El objetivo fundamental es desarrollar el espíritu emprendedor, estimulando su capacidad de buscar ideas y oportunidades de negocio. Para ello, aprenderán instrumentos y metodologías que les permitan analizar y estimar la puesta en marcha de dichas ideas de forma sistemática para convertirlas en empresas reales.

Prerrequisitos

Ninguno

Competencias - Objetivos

Competencias

Conocimientos o contenidos

CON02	Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al ámbito científico/investigador, tecnológico o profesional concreto, en general multidisciplinar, en el que se desarrolle su actividad.
CON04	Conocimientos y capacidades para organizar y dirigir empresas
CON05	Conocimientos y capacidades de estrategia y planificación aplicadas a distintas estructuras organizativas
CON06	Conocimientos de derecho mercantil y laboral
CON07	Capacidades para organización del trabajo y gestión de recursos humanos. Conocimientos sobre prevención de riesgos laborales
CON10	Capacidad para la elaboración, planificación estratégica, dirección, coordinación y gestión técnica y económica de proyectos en todos los ámbitos de la Ingeniería de Telecomunicación siguiendo criterios de calidad y medioambientales
CON11	Conocimiento, comprensión y capacidad para aplicar la legislación necesaria en el ejercicio de la profesión de Ingeniero de Telecomunicación



Competencias

CPT02	Saber evaluar y seleccionar la teoría científica adecuada y la metodología precisa de sus campos de estudio para formular juicios a partir de información incompleta o limitada incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, una reflexión sobre la responsabilidad social o ética ligada a la solución que se proponga en cada caso
CPT10	Capacidad para la puesta en marcha, dirección y gestión de procesos de fabricación de equipos electrónicos y de telecomunicaciones, proyectos de I+D+i en plantas, empresas y centros tecnológicos, con garantía de la seguridad para las personas y bienes, la calidad final de los productos y su homologación
CPT11	Capacidad para la dirección general, dirección técnica y dirección de proyectos de investigación, desarrollo e innovación, en empresas y centros tecnológicos
CPT13	Capacidad para la gestión de la Investigación, Desarrollo e Innovación tecnológica

Habilidades o destrezas

HAB04	Capacidad para dirigir, planificar y supervisar equipos multidisciplinares
HAB05	Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
HAB08	Capacidad para la aplicación de los conocimientos adquiridos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios y multidisciplinarios, siendo capaces de integrar conocimientos

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1: INTRODUCCIÓN A LA ESTRATEGIA

Tema introductorio de la asignatura en donde se trabajarán los conceptos clave sobre qué es la estrategia en un contexto empresarial, así como su relación con fundamentos vinculados al emprendimiento –de base tecnológica pero también tradicional– y metodologías a la hora de definir nuevos modelos de negocio.

Tema 2: ANÁLISIS ESTRATÉGICO: Factores Externos

Tema relacionado con el análisis estratégico de las empresas, comenzando por los factores externos que definen su realidad y entorno competitivo, así como las fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una determinada industria.

Tema 3: ANÁLISIS ESTRATÉGICO: Factores Internos

Tema relacionado con el análisis estratégico de las empresas, continuando por los factores internos que definen sus fortalezas y debilidades, atendiendo a cómo crean valor a los grupos de interés de la corporación o compañía de una manera responsable y sostenida en el tiempo.

Tema 4: DISEÑO ESTRATÉGICO: Estrategias Competitivas

Tema clave de la asignatura enfocado a la definición de estrategias empresariales para ganar mercado a través de una o varias ventajas competitivas, definiendo estrategias concretas basadas en la diferenciación de productos, en el liderazgo en costes o en híbridos basados en



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE
2026 - 2027

otros tipos de segmentaciones.

Tema 5: DISEÑO ESTRATÉGICO: Estrategias Corporativas

Tema clave de la asignatura enfocado a la definición de estrategias en corporaciones para gobernar las correspondientes estrategias competitivas y funcionales, atendiendo a necesidades empresariales de crecimiento, reestructuración y desarrollo de corporaciones diversificadas.

Tema 6: DISEÑO ESTRATÉGICO - Compitiendo desde la Tecnología

Tema donde se revisarán los diferentes tipos de estrategias más relevantes en el contexto de la economía digital, tales como las plataformas, los modelos D2C o las suscripciones; así como las dimensiones fundamentales en términos de experiencia de cliente y digitalización de la cadena de valor.

Tema 7: DISEÑO ESTRATÉGICO - Compitiendo desde la Sostenibilidad

Tema vinculado al movimiento estratégico que están viviendo las compañías hacia un objetivo de sostenibilidad financiera, social y medioambiental, revisando modelos de referencia como los vinculados a las tendencias ESG, los objetivos de desarrollo sostenible o a la materialidad.

Tema 8: DISEÑO ESTRATÉGICO - Compitiendo desde el Talento

Tema referente a la gestión del talento en las compañías, atendiendo desde los modelos de atracción o tendencias digitales en la selección, hasta modelos emergentes en el ámbito del desarrollo del talento y la evaluación del desempeño, y estrategias de promoción, compensación y retención.

Tema 9: DISEÑO ESTRATÉGICO - Compitiendo desde la Globalización

Tema destinado a entender las diferentes estrategias empresariales a la hora de internacionalizar su propuesta de valor y salir hacia nuevos mercados, buscando un equilibrio entre la presión por mantener los costes bajos y la presión por adaptarse a las realidades locales de cada país.

Tema 10: IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICA

Último tema de la asignatura enfocado a los mecanismos de implantación de las estrategias empresariales, la importancia del liderazgo y los sistemas corporativos de planificación y control que evalúan el nivel de éxito de la implantación de la estrategia y los puntos de mejora.



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Clase magistral y presentaciones generales. Exposición de los principales conceptos y procedimientos mediante la explicación por parte del profesor así como de diferentes emprendedores. Incluirá presentaciones dinámicas, pequeños ejemplos prácticos y la participación reglada o espontánea de los estudiantes

Resolución en clase de problemas prácticos. Resolución de unos primeros problemas y/o casos para situar al alumno en contexto. La resolución correrá a cargo del profesor y los alumnos de forma cooperativa

Resolución grupal de casos. El profesor planteará pequeños casos que los alumnos resolverán en pequeños grupos en clase y cuya solución discutirán con el resto de grupos.

Metodología No presencial: Actividades

Estudio y resolución de casos prácticos a resolver fuera del horario de clase por parte del alumno. El alumno debe utilizar e interiorizar los conocimientos aportados en la materia. La corrección se realizará por parte de alguno de los alumnos o el profesor según los casos

Trabajos de carácter práctico individual. Actividades de aprendizaje que se realizarán de forma individual fuera del horario lectivo, que requerirán algún tipo de investigación o la lectura de distintos textos

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES

HORAS NO PRESENCIALES

CRÉDITOS ECTS: 6,0 (0 horas)

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Calificaciones

Se permite el uso de la IA en tareas de documentación, estudio y exposición de temas seleccionados por el alumnado, de acuerdo con los niveles 2 y 3 de la guía <https://aiassessmentscale.com>:



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

· Nivel 2: "La IA puede utilizarse para actividades previas a la tarea, como lluvia de ideas, descripciones o investigación inicial.

Este nivel se centra en la planificación, síntesis y generación de ideas, pero la evaluación debe centrarse en la capacidad del estudiante para desarrollar y refinar esas ideas de manera autónoma."

· Nivel 3: "La IA puede emplearse para completar la tarea, incluyendo la redacción, retroalimentación y evaluación. El estudiante debe analizar críticamente y modificar los resultados proporcionados por la IA, demostrando su comprensión."

En todos los casos, el uso de la IA deberá estar debidamente citado y las fuentes deberán ser verificadas por el propio alumno.

Se pueden pedir los prompts utilizados y las contestaciones en los documentos a entregar por los alumnos en un Anexo a los mismos y en formato pdf.

No se permite el uso de la IA en pruebas de examen ni en test de evaluación del rendimiento.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Gregory G. Dess; Alan B. Eisner y Gerry McNamara. Strategic Management. Text & Cases. Eighth edition. McGraw Hill Irwin. 2016.
- Robert M. Grant. Contemporary Strategic Analysis. Text & Cases. Ninth edition. Wiley, 2016.
- L.A. Guerras Martín; J.E. Navas López. La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. 5ª Edición. Civitas. Thomson Reuters. 2015
- E. Ries. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. 2011.
- E. Ries. El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Deusto S.A. Ediciones. 2012.
- W. Chan Kim; R. Mauborgne. Blue Ocean Strategy: How To Create Uncontested Market Space And Make The Competition Irrelevant. Harvard Business School Press 2015.
- W. Chan Kim; R. Mauborgne. La estrategia del océano azul: Cómo crear en el Mercado espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante. Granica. 2005

Bibliografía Complementaria

- G. Johnson; K. Scholes; R. Whittington; D. Angwin; P. Regnér. *Exploring Strategy*. Text & Cases. 10ª edición. Pearson Prentice-Hall. 2013.
- S. P. Robbins; M. Coulter. *Management*. Pearson Prentice Hall. 2015.
- A. Osterwalder; Y. Pigneur. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. 2010.
- S. Blank. *The Four Steps to the Epiphany*, 2013.
- Peter Thiel; *De cero a uno*; editorial Booket, 2019.
- Clayton M. Christensen; *El dilema de los innovadores*, editorial Granica.
- Julio Ceballos; *Observar el arroz crecer*, Editorial Ariel.