

DIRECCION FINANCIERA I

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene por objeto servir como introducción al conocimiento de la moderna teoría financiera, al funcionamiento de los distintos mercados financieros y a las decisiones de inversión y financiación en la empresa.

II. CONTENIDO

1. Introducción.

1.1. Papel de las finanzas en la economía. 1.2. Evolución histórica de la teoría financiera. 1.3. Objetivos financieros de la empresa.

Parte I. Valor

2.1. La inversión y su financiación. 2.2. Componentes de los flujos de fondos. 2.3. Las amortizaciones y los impuestos.

3.1. Análisis de proyectos de inversión. 3.2. Métodos aritméticos. 3.3. Métodos financieros.

4.1. La inversión y la incertidumbre. 4.2. Valor esperado y dispersión. 4.3. Métodos de incorporación del riesgo.

Parte II. Riesgo

5.1. Algunas consideraciones acerca del riesgo. 5.2. Rendimiento y coste de oportunidad de los recursos. 5.3. Rendimiento y riesgo: media y varianza. 5.4. Rendimiento y riesgo de un activo individual. 5.5. Rendimiento y riesgo de una cartera de activos.

6.1. Cartera óptima. 6.2. Conjunto eficiente con dos activos de riesgo. 6.3. Conjunto eficiente con dos activos de riesgo y otro libre de riesgo. 6.4. Múltiples activos. 6.5. Diversificación de cartera y activo de riesgo individual.

7.1. Eficiencia de la cartera de mercado. 7.2. Derivación del modelo CAPM. 7.3. Propiedades del modelo CAPM. 7.4. Uso del modelo CAPM en las decisiones de inversión.

8.1. Evaluación de proyectos en un marco CAPM. 8.2. Evaluación de proyectos en términos de riesgo total de la empresa. 8.3. Reconciliación de ambas aproximaciones.

9.1. Títulos de deuda: bonos. 9.2. Valoración de bonos y rendimientos a la maduración. 9.3. Estructura temporal de los tipos de interés.

10.1. Riesgo del tipo de interés. 10.2. Duración. 10.3. Gestión del riesgo de tipos.

Parte III: Instrumentos de financiación para la empresa

11.1. Préstamos bancarios. 11.2. Sistemas de amortización. 11.3. Coste nominal y coste efectivo.

12.1. Empréstitos.

III. BIBLIOGRAFÍA

- R. Brealey y S. Myers. "Fundamentos de Financiación Empresarial". McGraw-Hill. 4ª Ed., 1993.
- J. Van Horne. "Administración Financiera" Prentice Hall, 1986.
- A. Weston y T. Copeland. "Managerial Finance". Addison Wesley.
- Vicente J. González Catalá. "Análisis de las Operaciones Financieras, Bancarias y Bursátiles". Ed. Ciencias Sociales. 1992.
- Sharpe and Alexander. "Investments". Ed. Prentice Hall. 1990.
- Bodie, Kane and Marcus. "Investments". 1992.

DIRECCION COMERCIAL I

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Los mercados de los países desarrollados se caracterizan por la complejidad de sus entornos tecnológicos y económicos y por una situación de bienes y servicios; todo ello se traduce en un marco competitivo creciente. Ante esta realidad, la dirección comercial en las empresas, adquiere una importancia fundamental.

Dirección Comercial I, expondrá los conceptos fundamentales de los distintos elementos de la función comercial y las relaciones existentes entre las acciones comerciales, analizando por otra parte, los efectos que estas tienen en las empresas, los clientes y consumidores, en la competencia y en la sociedad en general.

II. CONTENIDO

El marketing en la empresa y en la economía. Los fundamentos del marketing. La gestión marketing. La función del marketing en la economía. Evolución de la función del marketing. El marketing en periodo de turbulencia.

A. FUNDAMENTOS

1- Introducción y conceptos básicos.

La función comercial y el marketing. Conceptos básicos en marketing. Críticas al marketing. Enfoque del marketing. Naturaleza y alcance del marketing. Definición de marketing. El marketing como sistema de intercambios.

2- La dirección comercial.

El sistema comercial. Las variables comerciales. Concepto y tareas de la dirección comercial.

B. ANALISIS COMERCIAL

3- El mercado y el entorno.

Concepto y límites del mercado. Clasificación de los mercados. La estructura del consumo/demanda. Las instituciones comerciales. La competencia. El macroentorno. La dirección del entorno.

4- La demanda.

El análisis de la demanda y la toma de decisiones comerciales. Enfoques y métodos de análisis y previsión de la demanda. Modelos de demanda.

5- Segmentación del mercado.

Concepto y fines de la segmentación. Utilidad y requisitos de la segmentación. Criterios de segmentación. Métodos y técnicas de segmentación. Aplicación de la segmentación en el diseño del plan comercial.

6- Comportamiento del consumidor.

El estudio del comportamiento del consumidor. El proceso de decisión de compra. Determinantes del comportamiento. Modelos sobre el comportamiento del consumidor. El movimiento de defensa del consumidor.

7- Comportamiento de compra de las organizaciones.

Características del comportamiento de compra de las organizaciones. Clasificación de los compradores de las organizaciones. El departamento de compras. El proceso de decisión de compra de las organizaciones.

8- El sistema de información y la investigación comercial.

Concepto de la investigación comercial. Aplicaciones de la investigación comercial. Fases y diseño de la investigación comercial. Obtención de la información. Tratamiento y tabulación de datos. Análisis de datos. Interpretación de los resultados y presentación de las conclusiones.

C. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

9- Concepto de producto y marca.

La dirección del producto. El concepto de producto. Clasificación de los productos. Diferenciación del producto. Identificación del producto: marca, modelo, envase. La imagen y el posicionamiento de productos y marcas.

10- Desarrollo y evolución del producto.

Planificación de nuevos productos. proceso de difusión y adopción del producto. El ciclo de vida del producto y su influencia en el plan comercial.

11- Decisiones sobre el precio.

Concepto e importancia del precio. Condicionantes en la fijación de los precios. Métodos de fijación de precios. estrategias de precios.

12- El sistema de distribución.

El concepto de canal de distribución. Funciones de los intermediarios. Selección de canales de distribución. Localización y dimensión de los puntos de venta. Relaciones entre miembros del canal de distribución.

13- Formas y estructuras de distribución.

El comercio mayorista. El comercio detallista. Integración de los canales de distribución.

14- Logística de la distribución.

Concepto de distribución física y logística. Funciones y objetivos de la distribución física. Transporte y abastecimiento a los puntos de venta. Almacenamiento, embalaje y manejo de los materiales. Gestión de compras y control de inventarios. Decisiones sobre el servicio y tiempos de espera.

15- La venta personal.

La promoción. Concepto y funciones de la venta personal. La dirección de ventas. Planificación y organización del sistema de ventas. El equipo de ventas. Motivación de los vendedores.

16- Publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas.

Concepto y objetivo de la publicidad. El mensaje publicitario. Los medios publicitarios. El plan publicitario. Medida de la eficacia de la publicidad. Las relaciones públicas. La promoción de ventas.

17- El plan comercial: planificación, organización y control.

El plan comercial. Concepto de planificación comercial. Formulación del plan comercial. Análisis de la situación. Definición de los objetivos. Desarrollo de acciones estratégicas. Evaluación, organización e implantación del plan comercial.

D. DIRECCION DEL PROCESO DE MARKETING

18- Marketing de productos de consumo.

Características del marketing de productos de consumo. Los mercados de los productos de consumo. Los mercados de los productos de consumo.

19- Marketing industrial.

Concepto y características del marketing industrial. Los mercados industriales. Los productos industriales. El plan de marketing industrial.

20- El marketing de servicios.

Aplicación del marketing a los servicios. Concepto y clasificación de los servicios. Características diferenciales de los servicios. Estrategias de marketing de los servicios.

21- Marketing no empresarial.

La ampliación del concepto de marketing. Marketing público y de instituciones no lucrativas. Marketing social. Marketing político y electoral.

22- Marketing internacional.

Concepto y características del marketing internacional. Los mercados exteriores. Práctica y estrategia del marketing internacional. La investigación de mercados internacionales.

III. BIBLIOGRAFIA

El texto básico del curso será:

- Santesmases Mestre, Miguel. "Marketing, conceptos y estrategias". Ed. Pirámide. S. A. Madrid, 1991.

Servirán como consulta, los siguientes libros:

- Hollander, Stanley C. & Kathleen M. Rassuli. "The International Library of Critical Writings in Business History -Marketing, Vol. I & II". Edward Elgar Publishing Co. 1993.

- Hartley F. Robert. "Errores en el marketing". Ed. Paraninfo. S. A.

IV. EXAMENES

Se realizarán dos exámenes a lo largo del semestre, siendo nota mínima aprobatoria de 5 (aprobado). Los exámenes cubrirán todo el material incluido en clase, además de las lecturas. El promedio de los exámenes tendrá un peso de un 70% sobre la nota final de la asignatura. El restante 30% se obtendrá a partir de los trabajos asignados.

V. TRABAJOS

Se considera fundamental para aprovechar el curso, el trabajo de lectura. En este sentido, se asume que los alumnos dedicarán tiempo a las lecturas, tanto en español como en inglés.

A fin de comprobar que las lecturas han sido hechas, se pedirá a los alumnos que entreguen resúmenes de las mismas con una extensión no mayor a una cuartilla siguiendo un formato de memorándum.

DIRECCION DE PRODUCCION I

OB L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura pretende constituir una unidad expositiva con Dirección de Producción II y dar al alumno los conocimientos básicos de la estrategia en la producción y en los servicios con intención de que el alumno sea capaz de comprender la génesis de los procesos productivos. En este sentido, es posible dividir las técnicas operativas en dos campos: cualitativo y cuantitativo. El objeto del primero consiste en distinguir y conocer cada una de las estrategias que aparecen involucradas en la producción. Por otra parte, el segundo campo pretende facilitar al alumno todas las herramientas cuantitativas, fundamentalmente matemáticas, en orden a tomar decisiones estratégicas de manera óptima.

En el programa a continuación expuesto, aparecen desarrolladas las técnicas cuantitativas y cualitativas por separado; sin embargo, la exposición de los temas y de las cuestiones concretas se hará en clase de forma conjunta. Este enfoque dicotómico pretende describir mejor las dos visiones de las operaciones, con objeto de fusionarlas en la exposición del aula y en las prácticas de ordenador.

La exposición de los temas del programa se realizará durante las horas de clase (3 horas teóricas/semana). Además, existirán dos sesiones semanales de prácticas con ordenador, en donde se desarrollarán los programas LINDO y I think.

II. CONTENIDO

I PARTE. DESCRIPCION CUANTITATIVA DE LA PRODUCCION Y GESTION DE ESTRATEGIA

1- Naturaleza y contenido de la Investigación de Operaciones.

Antecedentes históricos. La construcción de modelos matemáticos en las decisiones estratégicas y sus consecuencias.

2- La programación matemática: programación lineal.

Tipos especiales de programas lineales. Problemas de transporte, de transbordo y de asignación. Técnica de la cota superior. Problemas de aplicación de la programación lineal.

3- Análisis de redes. Método de PERT-CPM.

Terminología de redes. Problema de la ruta más corta. Problema del árbol de expansión mínima. Problema del flujo máximo. Problema del flujo del costo mínimo. Método simplex de redes. Planificación y control de proyectos con PERT-CPM.

4- Teoría de colas y sus aplicaciones.

Estructura básica de un modelo de colas. Papel de la distribución exponencial. Procesos de nacimiento y muerte: sus aplicaciones en teoría de colas. Modelos de colas con distribuciones no exponenciales. Modelo de cola con disciplina de prioridades. Redes de colas. Ejemplos de aplicación.

5- Análisis de decisión.

Modelos de decisión markovianos. Programación lineal y políticas óptimas. Algoritmo de mejoramiento de una política para encontrar políticas óptimas. Criterio de los costos descontados. Toma de decisiones sin experimentación. Toma de decisiones con experimentación. Árboles de decisión. Función de utilidad.

II PARTE: DESCRIPCION CUALITATIVA DE LA PRODUCCION Y GESTION DE ESTRATEGIA

1- Introducción a la gestión de la estrategia.

Producción y gestión de estrategia. Desarrollo de estrategias. La problemática de la función de operaciones. Los objetivos y la estrategia del subsistema de operaciones.

2- Estrategia y diseño en producción y gestión de operaciones (POM).

Estrategia de producción. Estrategias de proceso. Decisión de capacidad a largo plazo. Estrategias de localización. Estrategia de distribución en planta.

3- Desarrollos en el subsistema de operaciones.

Automatización integrada de la producción. Las nuevas tecnologías de fabricación y el diseño del proceso productivo. La gestión de la tecnología. La globalización de las operaciones.

III. BIBLIOGRAFIA

Bibliografía básica:

- Anderson, D.R., Sweeney, D.J. y Williams, T.A. "An Introduction to Management Science". West Publishing Company. New York, 1994.
- Domínguez Machuca, J.A. y otros. "Dirección de Operaciones. Aspectos estratégicos en la producción y en los servicios". Ed. McGraw-Hill. Madrid 1994.
- Evans, J.R. y otros. "Applied Production & Operations Management" West Publishing Company. New York, 1990.
- Heizer, J. y Render, B. "Production and Operations Management". Allyn and Bacon. Boston 1991.
- Moore, L.J., Lee, S.M. y Taylor, B.W. "Management Science", Allyn and Bacon. Boston 1993.

Bibliografía complementaria:

- Chase, R.B. y Aquilano, N.J. "Production & Operations Management". Irwin. Boston 1992.
- Domínguez Machuca, J.A. y otros. "El subsistema productivo de la empresa". Ed. Pirámide. Madrid 1990.
- Ecker, J.G. "Introduction to Operations Research" John Wiley. New York 1988.
- Hellriegel, D. y Slocum, J.W. "Management". Addison Wesley. New York, 1992.
- Hillier, F. y Lieberman, G.J. "Introducción a la Investigación de Operaciones". Ed. McGraw-Hill. México 1991.
- Lockyer, K. y otros "Production and Operations Management". Ed. Pitman. London 1988.
- Monden, Y. "El sistema de producción de Toyota". Price Waterhouse. Editorial CDM. Madrid 1988.
- Plossl, G.W. y Wight, O.W. "El control de la producción y los stocks". Eunsa. Pamplona 1979.
- Romero López, C. "Técnicas de Programación y control de Proyectos". Ed. Pirámide. Madrid 1988.
- Schroeder, R.G. "Administración de Operaciones". Ed. McGraw-Hill. México 1986.
- Shogan, A.W. "Management Science". Prentice Hall. New Jersey 1988.
- Sprent, P. "Management Mathematics". Penguin Books. London 1991.

- Taha, H.A. "Operations Research. An Introduction". MacMillan Publishing Company. New York 1992.
- Waters, C.D.J. "An introduction to Operations Management". Addison Wesley. New York 1991.

IV. EXAMENES

La asignatura se estructura en un cuatrimestre en el cual se desarrollará todo el programa anteriormente expuesto. Por otra parte, los alumnos tendrán que realizar diversos casos prácticos sobre distintas situaciones de gestión de la producción. Estos casos podrán ser expuestos en clase cuando su interés así lo justifique.

Al concluir el curso será necesario superar el examen final que contendrá la totalidad de los temas de la asignatura, y que se desarrollará en el mes de Febrero. El examen de Septiembre tendrá las mismas características que el de Febrero.

Estructura de los exámenes:

Los exámenes tendrán 3 partes:

- Resolución de problemas sobre los modelos de estrategia (35 puntos).
- Discusión y valoración de casos prácticos de gestión de producción (30 puntos).
- Resolución de problemas con ordenador (30 puntos).

La asignación en puntos para cada parte del examen es orientativa y puede variarse dependiendo de la naturaleza del examen.

CONTABILIDAD DE GESTION I

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

II. CONTENIDO

1. Concepto y contenido de la contabilidad de costes.

1.1. Estrategia y táctica de las organizaciones empresariales. 1.2. El marco contable como soporte racional de las decisiones estratégicas y tácticas. 1.3. Concepto y papel de la contabilidad de costes. 1.4. Relaciones de la contabilidad de costes con la contabilidad de gestión. 1.5. Relaciones de la contabilidad de costes con la contabilidad para usuarios externos.

2. Metodología de cálculo de los costes.

2.1. Concepto y clasificación de los costes. 2.2. Coste de los factores y de los productos. 2.3. Costes directos e indirectos. 2.4. Costes fijos y variables. 2.5. Costes prospectivos y retrospectivos.

3. Conceptos básicos en los sistemas de costes.

3.1. El ciclo de la contabilidad de costes. 3.2. Concepto y clasificación de los sistemas de costes. 3.3. Los métodos de contabilización de los costes. 3.4. Informes de la contabilidad de costes.

4. Coste de materiales.

4.1. Naturaleza del coste de materiales. 4.2. Objetivos de cálculo: Materiales directos e indirectos. 4.3. Problemas derivados de la valoración en un sistema de costes históricos. 4.4. Asignación del coste de materiales.

5. Coste de personal.

5.1. Naturaleza del coste de personal. 5.2. Objetivos de cálculo: Mano de obra directa e indirecta. 5.3. Problemas derivados de la valoración en un sistema de costes históricos. 5.4. Asignación del coste de personal.

6. Costes indirectos.

6.1. Naturaleza de los costes indirectos. 6.2. Clasificación y localización de costes indirectos de producción. 6.3. Imputación de costes indirectos de producción. 6.4. Costes indirectos generales.

7. Costes de naturaleza financiera.

7.1. Concepto y clasificación. 7.2. Coste financiero y fuentes de financiación ajena. 7.3. Coste financiero y fuentes de financiación propia. 7.4. Coste financiero medio ponderado. 7.5. Coste financiero como coste de oportunidad.

8. Acumulación de costes: ordenes de trabajo.

8.1. La orden de trabajo como portador de costes. 8.2. Problemática de los costos directos. 8.3. Problemática de los costes indirectos. 8.4. Flujos de información.

9. Acumulación de costes: procesos.

9.1. Los procesos como portadores de costes. 9.2. Problemática de la producción en curso. 9.3. Variación de costes unitarios. 9.4. Producción equivalente. 9.5. Flujo de información.

10. Producción conjunta.

10.1. Procesos de producción conjunta. 10.2. Costes conjuntos y comunes. 10.3. Métodos de asignación de costes conjuntos. 10.4. Comparación de métodos y toma de decisiones. 10.5. Asignación de costes y centros de responsabilidad.

11. Sistemas de costes completos y parciales.

11.1. El coste completo: fundamentos y modalidades. 11.2. Matriz de coeficientes técnicos. 11.3. Imputación racional. 11.4. El coste parcial: fundamentos y modalidades. 11.5. El resultado y el coste directo. 11.6. Ventajas e inconvenientes de ambos sistemas.

12. Costes estándar.

12.1. Fundamentos metodológicos. 12.2. Fases de cálculo. 12.3. Concepto y clases de desviaciones. 12.4. Análisis de desviaciones.

13. Normalización contable en España: modelo Español.

13.1. Modelo de costes históricos. 13.2. Modelo de costes estándar. 13.3. Modelo complementario de costes de oportunidad. 13.4. Informes contables.

III. BIBLIOGRAFIA

- Alvarez López, J. y Blanco Ibarra, F. "Introducción a la contabilidad directiva. Diagnóstico, planificación y control". Donostiarra. San Sebastián 1989.
- Alvarez López, J. y Otros. "Introducción a la contabilidad de gestión. Cálculo de costes". McGraw Hill. Madrid 1993.
- Anthony, R.N. "El control de gestión". Deusto. Bilbao 1990.
- Amat I Salas, J. "Control presupuestario". Ediciones Gestió 2000. Barcelona 1988.
- Asociación Española de contabilidad y administración de empresas. "Documentos emitidos por la comisión de contabilidad de gestión". AECA. Madrid.
- Blanco Ibarra, F. "Contabilidad de Costes y de Gestión, para la excelencia empresarial. El impacto del ABC". Deusto. Bilbao 1990.
- Broto Rubio, J. "Fundamentos de contabilidad de gestión". Universidad de Zaragoza. Zaragoza 1992.
- Fanjul Suarez, J., Fernández Cueta, C. y Otros. "Análisis de proyectos". Universidad de León 1991.
- Mallo Rodríguez, C. "Contabilidad de costes y de gestión". Pirámide. Madrid 1988.
- Moisson, M. "Práctica del control presupuestario". Deusto. Bilbao 1983.
- Montesinos Julve, V. y Broto Rubio, J. "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Madrid 1989.
- Rapin, A. y Poly, J. "Ejercicios y soluciones de contabilidad analítica". Deusto. Bilbao 1977.
- Rayburn, J.G.: "Contabilidad de costos". Master Centrum. Madrid 1986.
- Saez Torrecilla, A. y Otros: "Contabilidad de costes y contabilidad de gestión". McGraw Hill. Madrid 1993.

IV. EXAMENES

Se realizará en el mes de febrero un examen teórico tipo test y supuesto práctico. La calificación definitiva será la media de las dos anteriores, con un mínimo del 50% en cada parte.

TECNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION I

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Enseñar al alumno a aplicar, razonar y relacionar los conceptos básicos del modelo lineal general, modelos de simulación multiecuacional y series de tiempo. Conocer las ideas intuitivas de tales conceptos y su justificación teórica como sus aplicaciones en la Economía tanto a nivel macroeconómico como microeconómico.

II. CONTENIDO

1- El modelo de regresión de dos variables.

El modelo. La mejor estimación lineal insesgada. Test de hipótesis e intervalos de confianza. Análisis de la varianza y correlación.

2- El modelo de regresión múltiple.

El modelo. Estadísticos de la regresión. F-test, R^2 y R^2 corregido. Multicolinealidad. Coeficientes estandarizados y elasticidades. Correlación parcial y regresión paso a paso.

3- Usando el modelo de regresión múltiple.

El modelo lineal general. El uso de variables "Dummy". El uso de t-test y F-test hipótesis de un conjunto de parámetros. Modelo lineal por partes. El modelo de regresión múltiple con variables explicativas estocásticas.

4- Heterocedasticidad y correlación serial.

Heterocedasticidad. Correlación serial.

5- Variables instrumentales y modelo de especificación.

Correlación entre variable independiente y el término de error. Error en las variables. Error en la especificación. Diagnósis de la regresión. Test de especificación.

6- Predicción con el modelo de regresión uniecuacional.

Predicción sin condiciones. Predicción con errores serialmente correlados. Predicción condicional.

7- Estimación uniecuacional: Tópicos avanzados.

Retardos distribuidos. Test de causalidad. observaciones perdidas. Datos cruzados en series temporales. Estimación no lineal. Estimación por máxima verosimilitud.

8- Modelos de elección cualitativa.

Modelos de elección binaria. Modelos de elección múltiple. Modelos de regresión censurada.

III. BIBLIOGRAFIA

Básica:

- Pindyck R.S. and Rubinfeld D.L. "Econometrics Models and Economic Forecasts". McGraw-Hill.

Complementaria:

- Novales
- Uriel y Ot. "Econometría". AC.
- Gujarati D.N. "Econometría". McGraw-Hill
- Johnston J. "Métodos de Econometría". Vicens
- Judge G. y OT. "Introduction to the theory and Practice of econometrics". Wilwy.
- Peña D. "Estadística II: Modelos lineales y series temporales". Alianza.
- Otero: "Modelos econométricos y predicción de series temporales". AC.

IV. EXAMENES

Se realizará una prueba en Diciembre de la materia dada hasta ese momento. El examen final de la asignatura de Técnicas cuantitativas de Gestión I será en Febrero donde se comprobará si se han entendido los conceptos manejados durante el curso, tanto su interpretación teórica como su aplicación económica.

V. TRABAJOS

Se deberá realizar un trabajo sobre la materia. Las características y fechas del trabajo se concretarán a lo largo del curso.

DIRECCION FINANCIERA II

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene por objeto servir de continuación a la introducción del conocimiento de la moderna teoría financiera, al funcionamiento de los distintos mercados financieros y a las decisiones de inversión y financiación en la empresa.

II. CONTENIDO

Parte I: Instrumentos de financiación para la empresa

1.1. Acciones: valor nominal, valor contable, valor de cotización. 1.2. Modificaciones de capital; reducciones de capital, ampliaciones de capital: a la par, sobre la par, con cargo a reservas, ampliaciones diferidas y ampliaciones múltiples. 1.3. Conversión de títulos.

2.1. Autofinanciación; Beneficios Retenidos; reservas, provisiones. Amortizaciones.

3.1. Leasing. 3.2. Clases de leasing. 3.3. Valoración del leasing financiero.

Parte II: Estructura financiera

4.1. Eficiencia de los mercados financieros. 4.2. Eficiencia y valores de mercado.

5.1. Visión tradicional de estructura financiera. 5.2. Modelo de Modigliani-Miller.

6.1. Valor de la empresa sin impuestos. 6.2. Valor de la empresa con impuestos corporativos. 6.3. Valor de la empresa con impuestos personal y corporativo. 6.4. Riesgo de insolvencia.

7.1. Política de dividendos. 7.2. Modelo de Modigliani-Miller. 7.3. Efectos informacional y de clientela. 7.4. Valor de la empresa con crecimiento.

8.1. Valoración de acciones: modelo de Gordon. 8.2. PER. 8.3. Relación PER-dividendos.

Parte III: Análisis y Planificación

9.1. Ratios financieros. 9.2. Aplicaciones al análisis financiero.

10. El fondo de maniobra.

11. La tesorería. Presupuestos de tesorería.

12. Clientes y proveedores.

13. Plan financiero.

Parte IV: Activos Financieros Derivados

14.1. Opciones: compra y venta. 14.2. Análisis gráfico. 14.3. Paridad call-put. 14.4. Valoración de opciones.

15.1. Futuros 15.2. Relación precios cash-precios futuros. 15.3. Futuros financieros.

III. BIBLIOGRAFÍA

- R. Brealey y S. Myers. "Fundamentos de Financiación Empresarial". McGraw-Hill. 4ª Ed., 1993.
- J. Van Horne. "Administración Financiera" Prentice Hall, 1986.
- A. Weston y T. Copeland. "Managerial Finance". Addison Wesley.
- Vicente J. González Catalá. "Análisis de las Operaciones Financieras, Bancarias y Bursátiles". Ed. Ciencias Sociales. 1992.
- Sharpe and Alexander. "Investments". Ed. Prentice Hall. 1990.
- Bodie, Kane and Marcus. "Investments". 1992.

DIRECCION COMERCIAL II

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Partiendo de la visión global sobre el campo del marketing que el alumno debe haber obtenido después de tomar el curso de Dirección Comercial I, el alumno deberá profundizar en aquellos temas del marketing que se consideran de mayor relevancia hoy en día.

Por ello, el curso de Dirección Comercial II estará organizado como una selección de temas dentro de esta área de estudio.

II. CONTENIDO

1. Analizando a los competidores.

A. Técnicas analíticas genéricas

Análisis estructural de los sectores industriales. Estrategias competitivas genéricas. Marco de referencia para el análisis. Indicadores del mercado. Acciones Competitivas. Estrategia dirigida a clientes y proveedores. Análisis estructural por sector industrial. Evolución del sector industrial.

B. Entornos genéricos en los sectores industriales.

Estrategia competitiva en sectores industriales fragmentados. Estrategia competitiva en sectores nacientes. Transición a la madurez del sector industrial. Estrategia competitiva en sectores industriales en declinación. Competencia en sectores industriales globales.

C. Decisiones estratégicas.

Implicaciones estratégicas en la integración vertical. Incremento en la capacidad. Ingresos a nuevos negocios.

2. Comportamiento del consumidor.

Los individuos como consumidores. Los consumidores como "tomadores de decisiones" y como usuarios de productos. Los consumidores como "entidades sociales". El consumidor y la cultura.

3. Diseño de programas de comunicación.

Objetivos de la promoción. Presupuesto para promoción. Decidiendo el mensaje. Escogiendo el medio para la promoción. Evaluación de la efectividad de la promoción.

4. Marketing de servicios.

La naturaleza del marketing de servicios. Los servicios y el marketing de relaciones. Desarrollo de una misión de servicios efectiva. Segmentación del mercado de servicios. Posicionamiento y diferenciación en el marketing de servicios. El "marketing mix" en los servicios. Plan de marketing para servicios. La organización creada "cara al consumidor".

5. Plan de marketing estratégico.

Razón de ser de un plan de marketing estratégico. Descripción del contenido de una auditoría de marketing estratégico. La elección de los objetivos y del camino estratégico. El análisis del riesgo y la planificación de lo imprevisto.

III. BIBLIOGRAFIA

- Solomon, Michael, "Consumer Behavior". Allyn & Bacon, 1992.
- Lambin, Jean Jaques, "Marketing estratégico". Ed. McGraw Hill, 1991.
- Porter Michael, "Competitive Strategy". The Free Press, 1980.
- Payne, Adrian, "The essence of services marketing". Prentice-Hall, 1993.
- Kotler, Philipp, "Marketing Management; Analysis, Planning, Implementation and control". Ed. Prentice-Hall, 1988.

IV. EXAMENES

Se realizarán dos exámenes a lo largo del semestre, siendo nota mínima aprobatoria 5 (aprobado). Los exámenes cubrirán todo el material incluido en clase, además de las lecturas. El promedio de los exámenes tendrá un peso de un 70% sobre la nota final de la asignatura. El restante 30% se obtendrá a partir de los trabajos asignados.

V. TRABAJOS

Se solicitarán resúmenes del material a medida que este sea leído.
Se asignará un trabajo final.

HISTORIA DEL PENSAMIENTO EMPRESARIAL

OB L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se expone el origen y evolución de las ideas y teorías económicas sobre la empresa y el empresario. El alumno adquiere una visión sintética del objeto y método seguidos en la elaboración del pensamiento empresarial.

II. CONTENIDO

Se estructura en dos partes. La primera consiste en la exposición sistemática de las aportaciones realizadas por los diferentes autores que han contribuido a la elaboración de la Economía. Su contenido se corresponde con el índice del manual "Evolución del Pensamiento Económico", Espasa, Madrid, 1981, del que es autor el profesor D. Miguel Alfonso Martínez-Echevarría. En clase sólo se hará referencia a los autores fundamentales.

La segunda parte de la asignatura, consta de una serie de temas relacionados directamente con la "teoría del empresario", que se expondrán en clase, según el siguiente orden:

- 1.- La empresa como "caja negra" en la teoría económica ortodoxa.
 - a) Los precursores: Cantillon, fisiócratas, Steuart
 - b) Los clásicos: Adam Smith; Say
- 2.- La empresa (organización) como factor de producción, en los neoclásicos
 - a) Menger, Walras, Thünen
 - b) La ortodoxia neoclásica: Marshall; la competencia perfecta
 - c) Teorías de las imperfecciones del mercado: Robinson, Chamberlain; la competencia monopolística
- 3.- La organización científica de la empresa: Taylor, Fayol
- 4.- El empresario como contenido de la empresa
 - a) Schumpeter: la innovación
 - b) Knight: la incertidumbre
 - c) Críticas al capitalismo: Marx, Veblen, Keynes, Galbraith, Marglin
- 5.- Desaparición de la teoría del empresario y aparición simultánea de la teoría de la empresa: producción, costes y líneas isocuantas.
- 6.- Moderna teoría microeconómica de la empresa
 - a) Génesis de la formulación de Hicks-Allen-Samuelson
 - b) La formulación cuantitativa: programación lineal, teoría de juegos.
- 7.- Enfoques a partir de la separación de propiedad y control en las empresas
 - a) directivista: Baumol, Marris, Williamson
 - b) Conductista: Simon, Cyert y March
 - c) Funcionalistas: Coase, Alchian & Demsetz
 - d) Nueva economía industrial
- 8.- El empresario como "homo economicus"
 - a) Sociólogos: Weber, Sombart, Hagen
 - b) Penrose y Leibenstin (X-eficiencia)
 - c) Escuela austriaca: el empresario en el proceso de mercado: Mises, Hayek, Kirzner, Rothbard

9.- Modernos intentos neoclásicos de incluir la organización en la teoría económica: la empresa como función de producción

- a) El "equilibrio general" de Arrow
- b) La "teoría aplicada de los precios" de Chicago: Stigler, Friedman
- c) La escuela de la "public choice": Buchanan, Tullock

III. BIBLIOGRAFIA

El mínimo requerido es el manual de referencia. A lo largo del curso se recomendará la lectura de algunos libros y artículos de revistas especializadas.

IV. EXAMENES

Se realizará mediante prueba escrita dividida en dos partes, la primera relacionada con el manual de la asignatura, la segunda versará sobre los temas expuestos en clase. Contestar correctamente a la primera parte sólo da derecho a la calificación de aprobado. De acuerdo con la respuesta a los temas de clase se podrá optar al notable y sobresaliente.

DIRECCION DE PRODUCCION II

OB L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura pretende constituir una unidad expositiva con Dirección de Producción I y dar al alumno los conocimientos básicos de la gestión de operaciones en la producción y en los servicios con intención de que el alumno sea capaz de comprender la génesis de los procesos productivos. En este sentido, es posible dividir las técnicas operativas en dos campos: cualitativo y cuantitativo. El objeto del primero consiste en distinguir y conocer cada una de las operaciones que aparecen involucradas en la producción. Por otra parte, el segundo campo pretende facilitar al alumno todas las herramientas cuantitativas, fundamentalmente matemáticas, en orden a tomar decisiones operativas de manera óptima.

En el programa a continuación expuesto, aparecen desarrolladas las técnicas cuantitativas y cualitativas por separado; sin embargo, la exposición del aula y en las prácticas de ordenador.

La exposición de los temas del programa se realizará durante las horas de clase (3 horas teóricas/semana). Además, existirán dos sesiones semanales de prácticas con ordenador, en donde se desarrollarán los programas "LINDO" y "I think".

II. CONTENIDO

I PARTE: DESCRIPCION CUANTITATIVA DE LA PRODUCCION Y GESTION DE OPERACIONES.

1- Naturaleza y contenido de la Gestión de Operaciones.

antecedentes históricos. La construcción de modelos matemáticos en las decisiones operativas y sus consecuencias.

2- La programación lineal por objetivos.

Funciones lineales con componente positiva y negativa. maximización del progreso mínimo hacia todos los objetivos. Ejemplos de formulación.

3- Programación dinámica.

Características. programación dinámica determinística y probabilística.

4- Teoría de inventarios.

Componentes de los modelos matemáticos de inventarios. Modelos determinísticos. Modelos estocásticos.

II PARTE: DESCRIPCION CUALITATIVA DE LA PRODUCCION Y GESTION DE OPERACIONES

1- Decisiones tácticas en Producción y Gestión de Operaciones (POM).

Introducción al sistema de planificación y control de la producción. Medidas del trabajo y diseño del mismo. Tácticas de gestión de inventarios y de materiales. Planificación de requerimientos de material (MRP y MRPII). Planificación agregada de la producción y diseño del programa maestro. Planificación de operaciones y control de la actividad productiva. producción JUST IN TIME (JIT). Tecnología de la producción optimizada (OPT). Gestión y planificación de proyectos.

2- Gestión y control de la calidad.

La calidad y su gestión. El control de la calidad.

III. BIBLIOGRAFIA

Básica:

- Anderson, D.R. Sweeney, D.J. y Williams, T.A. "An Introduction to Management Science". West Publishing Company. New York 1994.
- Domínguez Machuca, J.A. y otros. "Dirección de Operaciones. Aspectos Tácticos y operativos en la fabricación y en los servicios". Ed. McGraw-Hill. Madrid 1994.
- Evans, J.R. y otros. "Applied Production & Operations Management". West Publishing Company. New York 1990.
- Heizer, J. y Render, B. "Production and Operations Management". Allyn and Bacon. Boston 1991.
- Moore, J.L., Lee, S.M. y Taylor, B.W. "Management Science". Allyn and Bacon. Boston 1993.

Complementaria:

- Chase, R.B. y Aquilano, N.J. "Production & Operations Management". Irwin. Boston 1992.
- Domínguez Machuca, J.A. y otros. "El subsistema productivo de la empresa" . Ed. Pirámide. Madrid 1990.
- Ecker, J.G. "Introduction to Operations Research" John Wiley. New York 1992.
- Hillier, F. y Lieberman, G.J. "Introducción a la investigación de operaciones". Ed. McGraw-Hill. México 1991.
- Lockyer, K. y otros "Production and Operations Management". Ed. Pitman. London 1988.
- Monden, Y. "El sistema de producción de Toyota". Price Waterhouse. Ed. CDM. Madrid 1988.
- Ploss, G.W. y Wight, O.W. "El control de la producción y los stocks". Eunsa. Pamplona 1979.
- Romero López, C. "Técnicas de Programación y control de Proyectos". Ed. Pirámide. Madrid 1988.
- Schroeder, R. G. "Administración de Operaciones". Ed. McGraw-Hill. México 1986.
- Shogan, A.W. "Management Science". Prentice Hall. New Jersey 1988.
- Sprent, P. "Management Mathematics". Penguin Books. London 1991.
- Taha, H.A. "Operations Research. An Introduction". MacMillan Publishing Company. New York 1992.
- Waters, C.D.J. "An Introduction to Operations Management". Addison Wesley. New York 1991.

IV. EXAMENES

La asignatura se estructura en un cuatrimestre en el cual se desarrollará todo el programa a continuación expuesto. Por otra parte, los alumnos tendrán que realizar diversos casos prácticos sobre distintas situaciones de gestión de la producción. Estos casos podrán ser expuestos en clase cuando su interés así lo justifique.

Al concluir el curso será necesario superar el examen final que contendrá la totalidad de los temas de la asignatura, y que se desarrollará en el mes de Junio. El examen de Septiembre tendrá las mismas características que el de Junio.

Estructura de los exámenes.

Los exámenes tendrán tres partes:

- Resolución de problemas sobre modelos de gestión de operaciones (35 puntos).
- Discusión y valoración de casos prácticos de gestión de producción (30 puntos)
- Resolución de problemas con ordenador (30 puntos)

La asignación en puntos para cada parte del examen es orientativa y puede variarse dependiendo de la naturaleza del examen.

CONTABILIDAD DE GESTION II

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

II. CONTENIDO

1. Concepto y Contenido de la Contabilidad de Gestión.

1.1. Contabilidad de costes, contabilidad de gestión y contabilidad directiva. 1.2. Diseño, implantación y utilización de la contabilidad de gestión. 1.3. Proceso de presupuestación. 1.4. Proceso de control.

2. La presupuestación.

2.1. Definición y objetivos del presupuesto. 2.2. Características del presupuesto. 2.3. Técnicas de presupuestación. 2.4. Ventajas y limitaciones del empleo de presupuestos.

3. Programación y presupuestación operativa.

3.1. Presupuesto maestro. 3.2. Programación y presupuestación de ventas. 3.3. Programación y presupuestación de producción. 3.4. Programación y presupuestación de compras. 3.5. Programación y presupuestación de costes directos. 3.6. Programación y presupuestación de costes indirectos.

4. Programación y presupuestación financiera.

4.1. Programación y presupuestación de inversiones. 4.2. Programación y presupuestación de fuentes de financiación. 4.3. Programación y presupuestación de tesorería.

5. Estados contables previsionales.

5.1. Cuenta de resultados previsional. 5.2. Estado de flujos de tesorería previsional. 5.3. Balance previsional. 5.4. Otros estados contables previsionales. 5.5. Utilización en la toma de decisiones.

6. Control presupuestario.

6.1. Características y fases del control presupuestario. 6.2. Desviaciones presupuestarias: cuantificación. 6.3. Desviaciones presupuestarias: análisis de causas. 6.4. Control por excepción. 6.5. Control de presupuestos operativos. 6.6. Control de presupuestos financieros. 6.7. Utilización en la toma de decisiones.

7. Modelos de gestión Push System.

7.1. Características de la gestión por empuje. 7.2. Sistema de planificación de las necesidades MRP I. 7.3. Sistema de planificación de las necesidades MRP II. 7.4. Tecnología de la producción óptima (O.P.T.).

8. Modelos de gestión Pull System.

8.1. Características de la gestión por extracción. 8.2. Just in time (J.I.T.). 8.3. Sistemas de fabricación flexibles (F.M.S.). 8.4. Utilización conjunta de JIT y FMS.

9. Sistemas de gestión por actividades.

9.1. Definición de la actividad. 9.2. Jerarquía operacional. 9.3. Etapas, costes y clasificación de actividades. 9.4. Medida de la actividad. 9.5. Los inductores de costes (cost drivers). 9.6. Implantación del sistema.

10. Información contable y gestión de la calidad.

10.1. La calidad como variable de gestión. 10.2. Planificación de la calidad y homologación de productos. 10.3. Presupuestación de la calidad: los costes de no calidad. 10.4. Calidad total.

11. Información contable y gestión medioambiental.

11.1. Las variables medioambientales como variables de gestión. 11.2. Planificación de la gestión medioambiental. 11.3. Presupuestación de la gestión medioambiental. 11.4. Problemática del coste de prevención de la contaminación. 11.5. Problemática del coste por descontaminación y restauración del entorno natural.

12. Normalización contable en España.

12.1. Propuestas de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA): marco general. 12.2. Propuestas de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA): costes directos. 12.3. Propuestas de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA): costes indirectos. 12.4. Propuestas de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA): entidades bancarias. 12.5. Propuestas de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA): empresas aseguradoras. 12.6. Propuestas de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA): gestión medioambiental. 12.7. Propuesta de la Asociación Española de Contabilidad Directiva (ACODI): marco general de la Contabilidad Directiva.

III. BIBLIOGRAFIA

- Alvarez López, J. y Blanco Ibarra, F.: "Introducción a la contabilidad Directiva. Diagnóstico, planificación y control". Donostiarra. San Sebastián 1989.
- Alvarez López, J. y Otros.: "Introducción a la contabilidad de gestión. Cálculo de costes". McGraw Hill. Madrid 1993.
- Anthony, R.N.: "El control de gestión". Deusto. Bilbao 1990.
- Amat I Salas, J.: "Control presupuestario". Ediciones Gestió 2000. Barcelona 1988.
- Amat I Salas, J.: "El control de gestión, una perspectiva de dirección". Ediciones Gestió 2000. Barcelona 1988.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. "Documentos emitidos por la Comisión de Contabilidad de Gestión. AECA. Madrid.
- Blanco Ibarra, F. : "Contabilidad de costes y de gestión, para la excelencia empresarial. El impacto del ABC". Deusto. Bilbao 1990.
- Broto Rubio, J. : "Fundamentos de contabilidad de gestión". Universidad de Zaragoza. Zaragoza 1992.
- Fanjul Suarez, J.: Fernández Cuesta, C. y Otros. : "Análisis de proyectos". Universidad de León. León 1991.
- Mallo Rodríguez, C. "Contabilidad de costes y de gestión". Pirámide. Madrid 1988.
- Moisson, M.: "Práctica del control presupuestario". Deusto. Bilbao 1983.
- Montesinos Julve, V. y Broto Rubio, J. : "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Madrid 1989.
- Rapin, A. y Poly, J. : "Ejercicios y soluciones de contabilidad analítica". Deusto. Bilbao 1977.
- Rayburn, L.G.: "Contabilidad de costos". Master Centrum. Madrid 1986.
- Saez Torrecilla, A. y Otros.: "Contabilidad de costes y contabilidad de gestión". McGraw Hill. Madrid 1993.

IV. EXAMENES

Se realizará un examen en junio teórico tipo test y supuesto práctico. La calificación definitiva será la media de las dos anteriores, con un mínimo del 50% en cada parte.

V. TRABAJOS

TECNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION II

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS
OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Enseñar al alumno a aplicar, razonar y relacionar los conceptos básicos del modelo lineal general, modelos de simulación multiecuacional y series de tiempo. Conocer las ideas intuitivas de tales conceptos y su justificación teórica como sus aplicaciones en la Economía tanto a nivel marcoeconómico como microeconómico.

II. CONTENIDO

1- Alisado y extrapolación de series temporales.

Modelos de extrapolación simple. Alisado y ajuste estacional.

2- Propiedades de las series temporales estocásticas.

Introducción a los modelos de series temporales estocásticas. Caracterización de las series temporales: la función de autocorrelación. Test por caminos aleatorios. Series temporales cointegradas.

3- Modelos de series temporales lineales.

Modelos de medias móviles. Modelos autorregresivos. Modelos mixtos de medias móviles y autorregresivos. Procesos homogéneos no estacionarios: Modelos ARIMA. Modelos ARIMA de especificación.

4- Estimación y comprobación de los modelos de series temporales.

Estimación del modelo. Comprobación del diagnóstico.

5- Predicción con series temporales.

Error de predicción en los mínimos cuadrados medios. Cálculo de una predicción. El error de una predicción. Intervalos de confianza de una predicción. Propiedades de una predicción ARIMA. Dos ejemplos.

6- Aplicaciones de las series temporales.

Revisión de la modelización de un proceso. Modelos de variables económicas: Inventario de inversión. Predicción estacional en datos telefónicos. Modelo de series temporales combinado con análisis de regresión: modelos de funciones de transferencia. Una regresión combinada-modelo de series de tiempo para predicción de los tipos de interés.

III. BIBLIOGRAFIA

Básica:

- Pindyck R.S. and Rubinfeld D.L. "Econometrics Models and Economic Forecasts". McGraw-Hill.

Complementaria:

- Novales

- Uriel y Ot. "Econometría". AC.

- Gujarati D.N. "Econometría". McGraw-Hill
- Johnston J. "Métodos de Econometría". Vicens
- Judge G. y OT. "Introduction to the theory and Practice of econometrics". Wilwy.
- Peña D. "Estadística II: Modelos lineales y series temporales". Alianza.
- Otero: "Modelos econométricos y predicción de series temporales". AC.

IV. EXAMENES

El examen final de la asignatura de Técnicas Cuantitativas de Gestión II tendrá lugar en Junio donde se evaluarán igualmente la interpretación teórica y la aplicación económica. Habrá también un examen práctico de ordenador que se efectuará a finales de Mayo.

V. TRABAJOS

Se deberá realizar un trabajo sobre la materia. Las características y fechas del trabajo se concretarán a lo largo del curso.

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La Antropología forma parte del plan de estudios de las licenciaturas de Ciencias Económicas y Empresariales con objeto de transmitir una visión amplia, cultural y sapiencial, de la realidad y del sujeto de la acción económica.

A través de las clases se desea reflexionar sobre la estructura constitutiva del hombre y su relación con el mundo, de manera que sirva para transmitir a los alumnos unas referencias de plenitud. Desde esa perspectiva, se tiene en cuenta el homo aeconomicus que se encuentra en la base de las distintas corrientes y autores de la ciencia económica; se analiza la conducta de la persona en la sociedad; se estudia la función del hombre en las organizaciones e instituciones y se desarrolla la capacidad de diagnosticar los problemas humanos que son origen o consecuencia de los problemas económicos; se ejercita en la capacidad de prever las consecuencias de las propias acciones y de anticiparse a los conflictos; se ayuda a efectuar un juicio de valor con respecto a la dignidad de la persona humana, de los diferentes sistemas organizativos.

A partir de los presupuestos teóricos sobre la naturaleza del hombre y del mundo, se desea abordar la realidad económica, comercial y empresarial, teniendo en cuenta sus aspectos conceptuales y prácticos. Por ello, el profesor encargado de la asignatura, en base a exposiciones magistrales, pormenoriza las distintas cuestiones, teniendo en cuenta la experiencia del vivir humano y el conocimiento de las ciencias positivas, especialmente la Ciencia Económica y la Ciencia Empresarial, el pensamiento filosófico y la fe cristiana. Por esta razón, se valorarán las intervenciones de los alumnos, y se ilustrarán las lecciones con ejemplos, casos y situaciones de carácter práctico.

II. CONTENIDO

El origen del hombre. Diferenciación singular respecto a los demás seres. Su distinta relación con el mundo. Talante transformador del hombre en el mundo.

La persona humana. Sentido de los relatos bíblicos sobre la creación. Dignidad de la persona humana. Valor sagrado de la vida humana. Respeto a la vida (aborto, pena de muerte, eutanasia, seguridad en el trabajo, salud, enfermedad, etc). La muerte. El hombre nunca es medio sino fin.

Su carácter inabarcable, singular, inédito e irrepetible. Su contingencia e indigencia. Interioridad e intimidad. El hombre ser inteligente. Autoconciencia y autoreflexión. La capacidad de pensar. Respeto a la conciencia. Su capacidad creativa.

El conocimiento sensible: Emociones y sentimientos: análisis, definición y clasificación.

Los bienes básicos del hombre los derechos humanos. Igualdad y diversidad. Discriminación en las organizaciones por sexo, raza, religión, etc.

El hombre ser libre. Autodeterminación: querer, querer. Autoposesión, autenticidad, coherencia, personalidad. El hombre ser creado para algo. Libertad e iniciativa.

Libertad, imputabilidad y responsabilidad. Ambitos de responsabilidad. Acciones de inducción y cooperación condicionantes de la libertad. Libertad y pasiones. Negligencias más frecuentes en el directivo.

El hombre ser relacional. Su necesidad de comunicarse. Distintos modos de comunicación. El lenguaje. Comunicación e información. Verdad, mentira, engaño, y secreto en la comunicación. Respetar la fama y el honor.

La acción humana. Elementos del acto humano: cognoscitivo, volitivo y ejecutivo. Impedimentos del acto humano: ignorancia, pasiones, violencia, carácter, enfermedades. El acto moral. Las fuentes de la moralidad.

Desarrollo perfectivo del ser personal: la personalidad. Los hábitos. Las virtudes y los vicios.

La conciencia: su naturaleza y contenido. Propiedades. Objetividad y criterios de valor. La conciencia como relación con lo bueno y justo. Conciencia verdadera, errónea, recta y no recta, cierta, dudosa, laxa. La formación y educación de la conciencia: humildad y sinceridad. Deformación de la conciencia: laxitud y escrupulosidad.

La verdad práctica: la prudencia. Naturaleza. Conocimiento de la realidad y bien. Partes de la Prudencia. Prudencia como conocimiento y como mandato: la inseguridad de la decisión. Prudencia y astucia.

La virtud de la fortaleza. Naturaleza. El "bien arduo". La vulnerabilidad. Vivir rectamente y no peligrosamente. Prudencia y valentía. Fortaleza sin prudencia. Resistir y atacar. Fortaleza y esperanza. Serenidad. Dominio de sí. Dureza física y moral. Situaciones conflictivas que exigen ejercicio de la fortaleza. Heroísmo y martirio.

La virtud de la templanza. Naturaleza. Orden en el interior del hombre. Generosidad y olvido de sí. Sobriedad. Humildad, buen humor, magnanimidad, mansedumbre. La ira.

El cuerpo y la corporalidad. Papel del cuerpo: expresión y signo. La diferenciación de los sexos: rasgos antropológicos de uno y otro. Igualdad y diversidad. Complementariedad afectiva y sexual. Papel del hombre y la mujer en el trabajo. Discriminaciones.

La sexualidad como función biológica. Sexualidad y amor creador: una sola carne. Respeto del cuerpo. Educación de la sexualidad.

La sexualidad como dimensión humana. El enamoramiento: amor de hombre y mujer. La familia: la amistad conyugal, el amor sponsal. El amor paterno filial. La familia base de la sociedad: su relevancia social. Los Derechos de la familia. La organización del trabajo y la familia. Carreras duales, flexibilidad laboral. El divorcio. Consecuencias.

El hombre y sociedad. La sociabilidad, dimensión constitutiva del yo personal. La indigencia del yo humano. El papel de la autoridad en la sociedad y en las organizaciones. Noción y sentido de las normas y leyes obligación y cese de la ley.

La justicia y el derecho. Tipos de justicia: conmutativa, distributiva y legal o social. La equidad. La razón por la que se debe algo al hombre. El "otro". La acción externa como objeto de la justicia. Diferencia entre hacer justicia y ser justo. La injusticia. Prudencia y justicia: virtudes propias del directivo. Justicia sin misericordia es crueldad.

El bien común. La solidaridad como virtud. Obligación de contribuir al bien común. Solidaridad en las organizaciones, la participación en la vida social, y en las organizaciones.