

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.

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.

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.

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.

IV. EXAMENES

Se realizará un examen final en el mes de Febrero.

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 mercado 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.

TECNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION I

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Presentar al alumno los conceptos básicos del modelo lineal general, enseñándole a aplicar esos conceptos en el contexto de modelo enfocados preferentemente al ámbito empresarial. Se buscará tanto el conocimiento intuitivo de los conceptos como su justificación teórica.

II. CONTENIDO

A. Parte Teórica.

1. Modelos de Regresión de Estadística.

- 1.1. Estimación. Métodos de estimación y propiedades de los estimadores.
- 1.2. Test de hipótesis.

2. El modelo de regresión de dos variables.

- 2.1. El modelo.
- 2.2. La mejor estimación lineal insesgada.
- 2.3. Test de hipótesis e intervalos de confianza.
- 2.4. Análisis de la varianza y correlación.

3. El modelo de regresión múltiple.

- 3.1. El modelo.
- 3.2. Formulación matricial del modelo de regresión múltiple.
- 3.3. Estadísticos de la regresión.
- 3.4. F-test, R^2 y R^2 corregido.
- 3.5. Coeficientes estandarizados y elasticidades.
- 3.6. Correlación parcial y regresión paso a paso.
- 3.7. Multicolinealidad.

4. Usando el modelo de regresión múltiple.

- 4.1. El modelo lineal general.

- 4.2. El uso de variables "dummy".
- 4.3. El uso de t-test y F-test para hipótesis de un conjunto de parámetros.
- 4.4. Modelo lineal por partes.
- 4.5. El modelo de regresión múltiple con variables explicativas estocásticas.

5. Heteredasticidad y correlación serial.

- 5.1. Heterocedasticidad.
- 5.2. Correlación serial.

6. Variables instrumentales y especificación del modelo.

- 6.1. Correlación entre variables independientes y el término de error.
- 6.2. Error en la especificación.
- 6.4. Diagnóstico de la regresión.
- 6.5. Test de especificación.

7. Predicción con el modelo de regresión uniecuacional.

- 7.1. Predicción sin condiciones.
- 7.2. Predicción con errores serialmente correlados.
- 7.3. Predicción condicional.

8. Estimación uniecuacional. Temas avanzados.

- 8.1. Retardos distribuidos.
- 8.2. Test de causalidad.
- 8.3. Observaciones perdidas.
- 8.4. Estimación no lineal.
- 8.5. Estimación no lineal.
- 8.6. Estimación por máxima verosimilitud.

9. Modelos de elección cualitativa.

- 9.1. Modelos de elección binaria.
- 9.2. Modelos de elección múltiple.
- 9.3. Modelos de regresión censurada.

B. Parte Práctica

Se realizarán prácticas con ordenador a lo largo del cuatrimestre sobre los diversos contenidos teóricos que se vayan desarrollando.

III. BIBLIOGRAFIA

Básica:

1. Pindyck, R.S. & Rubinfeld, D.L. "Econometrics Models and Economic Forecats". McGraw-Hill, 1991.

Complementaria:

2. Pindyck, R.S. & Rubinfeld, D.L. "Modelos Econométricos". Labor, 1980. (agotada).

3. Novales, A. "Econometría". MacGraw-Hill, 1993.

4. Uriel, E y otros. "Econometría". AC, 1990.

5. Gujarati, D.N. "Econometría". MacGraw-Hill, 1990.

6. Johnston, J. "Métodos de Econometría". Vicens Vives, 1989.

7. Judge, G. y Otros. "Introduction to the theory and practice of econometrics". Wiley, 1988.

8. Peña, D. "Estadística II: Modelos lineales y Series Temporales". Alianza Editorial, 1992.

9. Otero, J.M. "Modelos econométricos y predicción de series temporales". AC, 1989.

10. Pulido, A. "Modelos Econométricos". Pirámide, 1989.

IV. EXAMENES

El examen final se realizará en el mes de febrero. Constará de una parte teórica y una parte práctica con ordenador que tratará de evaluar el aprovechamiento de las prácticas por parte del alumno.

DIRECCION DE PRODUCCION I

OB L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Esta materia constituye una unidad expositiva con "Dirección de Producción II", por lo que es muy aconsejable cursar de manera continuada ambas asignaturas. En concreto, "Dirección de Producción I" pretende dar al alumno los conocimientos básicos de investigación de operaciones (estrategia en la producción y en los servicios) con intención de que sea capaz de comprender, entre otros campos de la empresa, 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 un proceso productivo. 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.

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 teórica (tres sesiones lectivas por semana). Además, existirá otra sesión semanal de prácticas con ordenador, basadas en el desarrollo de la utilidad informática LINDO. Dicha utilidad pretende dar solución a la mayor parte de los problemas cuantitativos que surgen en investigación de operaciones. Entre dichos problemas podemos citar los siguientes:

- programación por objetivos
- problemas del transporte
- redes con análisis PERT-CPM
- programación entera
- problemas de asignación

La extracción de consecuencias prácticas de los resultados de LINDO, es una de las principales aportaciones de esta asignatura.

II. CONTENIDO

I. Parte: Técnicas cuantitativas de la Investigación de Operaciones.

1. Naturaleza y contenido de la Investigación Operativa. 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. La programación lineal por objetivos. Funciones lineales con componente positiva y negativa. Maximización del progreso mínimo hacia todos los objetivos. Ejemplos de formulación.

4. Programación entera. Descripción genérica. Posibilidades de formulación con variables binarias. Perspectivas sobre la solución de problemas de programación entera. Técnica de ramificación y acotación con aplicaciones a la programación binaria. Programación entera mixta.

5. 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 costo mínimo. Método simplex de redes. Planificación y control de proyectos con PERT-CPM.

II Parte: Técnicas cualitativas de la Investigación de Operaciones. Gestión de la producción.

1. Introducción a la gestión de la producción. Producción y gestión de operaciones. Desarrollo de estrategias.

2. Decisiones estratégicas en POM. Estrategia de producción. Estrategias de proceso. Estrategias de localización. Estrategia de operaciones en la distribución de planta. Estrategia de recursos humanos. Estrategias de distribución y de Just-in-time.

III. BIBLIOGRAFIA

Bibliografía I Parte:

- Anderson, D.R., Sweeney, D.J. y Williams, T.A. "An Introduction to Management Science". West Publishing Company. New York, 1994.
- Ecker, J.G. : "Introduction to Operations Research" John Wiley. New York, 1988.
- Hillier, F. y Lieberman, G.J. "Introducción a la Investigación de Operaciones". Ed. McGraw-Hill. México, 1991. 5ª edición.
- Moore, L.J., Lee, S.M. y Taylor, B.W. "Management Science", Allyn and Bacon. Boston 1993.
- Shogan, A.W. "Management Science". Prentice Hall. New Jersey 1988.
- Taha, H.A. "Operations Research. An Introduction". MacMillan Publishing Company. New York 1992.

Bibliografía II Parte:

- Domínguez Machuca, J.A. y otros. "Dirección de Operaciones. Aspectos estratégicos en la producción y en los servicios". Ed. McGraw-Hill. Madrid 1995.
- Evans, J.R. y otros. "Applied Production & Operations Management" West Publishing Company. New York, 1990.
- Hellriegel, D. y Slocum, J.W. "Management". Addison Wesley. New York, 1992.
- Heizer, J. y Render, B. "Production and Operations Management". Allyn and Bacon. Boston 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.
- Schroeder, R.G. "Administración de Operaciones". Ed. McGraw-Hill. México 1986.

- 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. 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.

Por otra parte, todo examen contendrá una parte de resolución de casos prácticos y problemas mediante LINDO. En estos exámenes prácticos se buscará que el alumno sepa dar solución a diversos problemas operacionales, y sobre todo sea capaz de interpretar dicha solución.

Por otro lado, la segunda parte de la asignatura será susceptible de ser desarrollada mediante casos prácticos, que desarrollen distintas situaciones de gestión de la producción. Estos casos y trabajos prácticos podrán ser expuestos en clase cuando su interés así lo justifique.

CONTABILIDAD DE GESTION I

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

I. CONTENIDO

1. Concepto y contenido de la contabilidad de gestión.

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 objetivos de la contabilidad de gestión. 1.4. La contabilidad de gestión y el control.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1990): "El marco de la contabilidad de gestión". Doc. Nº 1. Serie Principios de contabilidad de gestión. Madrid.

AECA (1990): "La contabilidad de gestión como instrumento de control". Doc. Nº 2. Serie Principios de contabilidad de gestión. Madrid.

BLANCO IBARRA, F. (1993): "Contabilidad de Costes y de gestión: Para la excelencia empresarial". Deusto. Bilbao. Temas 1 y 2.

2. El ciclo contable de la contabilidad de gestión.

2.1. Procesos de producción y flujos de valores. 2.2. Fases fundamentales del ciclo contable. 2.3. Coordinación entre la contabilidad interna y la contabilidad externa: sistemas de enlace. 2.4. Resultados internos y resultados externos.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1991): "La contabilidad de costes: conceptos y metodología básicos". Doc. Nº 3. Serie Principios de contabilidad de gestión. Madrid.

BROTO RUBIO, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Broto (Ed.). Zaragoza. Temas 2 y 3.

SUPUESTOS PRACTICOS

MONTESINOS, V. Y BROTO, J. (1989): "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Barcelona. caso de Estudio Nº 1.

3. Metodología de cálculo de los costes.

3.1. Concepto de coste. 3.2. Elementos integrantes del coste. 3.3. Tipología de los costes. 3.4. Fases lógicas en el cálculo de costes. 3.5. Sistemas de costes.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1991): "La contabilidad de costes: conceptos y metodología básicos". Doc. N° 3. Serie Principios de contabilidad de gestión. Madrid.

MALLO RODRIGUEZ, C. (1988): "Contabilidad de costes y de gestión". Pirámide. Madrid. Temas 2 y 3.

HORNGREN (1988): "Contabilidad de costos. Un enfoque de gerencia". Prentice Hall. México. Tema 2.

SUPUESTOS PRACTICOS

FANJUL, J. Y OTROS (1991): "Análisis de proyectos. Supuestos y casos". Ed. Universidad de León. León. Pág. 116-120.

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.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1992): "Materiales: valoración, asignación y control". Doc. N° 5. Serie Principios de contabilidad de gestión. AECA. Madrid.

SUPUESTOS PRACTICOS

GONZALEZ PINO, L. (1984): "Modelo práctico de costes". Vol. 3. Casos prácticos. MC9. Madrid. Capítulo 2.

5. Coste de mano de obra.

5.1. Naturaleza del coste de mano de obra. 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 mano de obra.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1993): "Mano de obra: valoración, asignación y control". Doc. N° 6. Serie Principios de Contabilidad de Gestión. AECA. Madrid.

BROTO RUBIO, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Broto (Ed.). Zaragoza. Tema 6.

SUPUESTOS PRACTICOS

GONZALEZ PINO, L. (1984): "Modelo práctico de costes". Vol. 3. Casos prácticos. MC9. Madrid. Capítulo 3.

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.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1992): "Costes indirectos de producción: localización, imputación y control". Doc. Nº 7. Serie Principios de Contabilidad de Gestión. AECA. Madrid.

SUPUESTOS PRACTICOS

RAYBURN, L. G. (1986): "Contabilidad de costos". Master Centrum. Madrid. Tomo 1. Pág. 235-257.

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.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1994): "Pasivos financieros". Doc. Nº 18. Serie Principios contables. AECA. Madrid,

BROTO RUBIO, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Broto (Ed.). Zaragoza. Tema 10.

SUPUESTOS PRACTICOS

MONTESINOS JULVE, V. Y BROTO RUBIO, J. (1989): "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Madrid. Casos 12 y 13.

8. Acumulación de costes: procesos.

8.1. Los procesos como portadores de costes. 8.2. Problemática de la producción en curso. 8.3. Variación de costes unitarios. 8.4. Producción equivalente. 8.5. Flujo de información.

BIBLIOGRAFIA BASICA

BROTO RUBIO, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Broto (Ed.). Zaragoza. Tema 14.

RAYBURN, L. (1987): "Contabilidad de costos". Master Centrum. Madrid. Temas 7 y 8.

SUPUESTOS PRACTICOS

MONTESINOS JULVE, V. Y BROTO RUBIO, J. (1989): "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Madrid. Casos 2 a 11.

9. Acumulación de costes: órdenes de trabajo o pedido.

9.1. La orden de trabajo como portador de costes. 9.2. Problemática de los costes directos. 9.3. Problemática de los costes indirectos. 9.4. Flujos de información.

BIBLIOGRAFIA BASICA

BROTO RUBIO, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Broto (Ed.). Zaragoza. Tema 13.

DAVIDSON, S. Y WEIL, R. (1983): "Manual de contabilidad de costos". McGraw-Hill. México. Tema 13.

SUPUESTOS PRACTICOS

MONTESINOS JULVE, V. Y BROTO RUBIO, J. (1989): "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Madrid. Caso 15.

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.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1993): "Los costes conjuntos y comunes en la empresa". Doc. Nº 8. Serie Principios de contabilidad de gestión. AECA. Madrid.

BROTO RUBIO, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Broto (Ed.). Zaragoza. Tema 15.

SUPUESTOS PRACTICOS

MONTESINOS JULVE, V. Y BROTO RUBIO, J. (1989): "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Madrid. Caso 16.

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.

BIBLIOGRAFIA BASICA

AECA (1993): "Costes indirectos de producción: localización, imputación y control". Doc. Nº 7. Serie Principios de Contabilidad de Gestión. AECA. Madrid.

BROTO RUBIO, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Broto (Ed.). Zaragoza. Temas 16 y 17.

MALLO RODRIGUEZ, C. (1988): "Contabilidad de costes y de gestión". Pirámide. Madrid. Tema 14.

SUPUESTOS PRACTICOS

RAYBURN, L.G. (1986): "Contabilidad de costos". Master Centrum. Madrid. Tomo 2. Pág. 521-534.

II. BIBLIOGRAFIA

- Alvarez López, J. y Blanco Ibarra, F. (1989): "Introducción a la contabilidad directiva. Diagnóstico, planificación y control". Donostiarra. San Sebastián.

- Asociación Española de contabilidad y administración de empresas. "Documentos emitidos por la comisión de contabilidad de gestión". AECA. Madrid.

- Blanco Ibarra, F. (1990): "Contabilidad de costes y de gestión, para la excelencia empresarial. El impacto del ABC". Deusto. Bilbao.

- Broto Rubio, J. (1992): "Fundamentos de contabilidad de gestión". Universidad de Zaragoza. Zaragoza.

- Davidson, S. y Weil, R. (1993): "Análisis de proyectos. Supuestos y casos". McGraw-Hill. México.

- Fanjul Suárez, J., Fernández Cueta, C. y Otros. (1991): "Análisis de proyectos". Universidad de León.

- González Pino, L. (1984): "Modelo práctico de costes". Vol. 3. Casos Prácticos. MC9. Madrid.

- Horngren (1988): "Contabilidad de costos. Un enfoque de gerencia". Prentice Hall. México.

- Mallo Rodríguez, C. (1988): "Contabilidad de costes y de gestión". Pirámide. Madrid.

- Montesinos Julve, V. y Broto Rubio, J. (1989): "Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes". Ariel. Madrid.
- Rapin, A. y Poly, J. (1977): "Ejercicios y soluciones de contabilidad analítica". Deusto. Bilbao.
- Rayburn, J.G. (1986): "Contabilidad de costos". Master Centrum. Madrid.
- Ripoll, V. (Coord.) (1993): "Introducción a la contabilidad de gestión. Cálculo de costes". McGraw-Hill. Madrid.

III. 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.

DIRECCION FINANCIERA II

**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

I. Instrumentos de financiación para la empresa.

1.1. Acciones: valor nominal, valor contable, valor de cotización. 1.2. Modificaciones de capital. 1.2.1. Reducciones de capital. 1.2.2. 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. 2.1.1. Beneficios retenidos: reservas, provisiones. 2.1.2. Amortizaciones.

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

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. Relaciones PER-dividendos.

III. Análisis y planificación.

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

10.1. El fondo de maniobra.

11.1. La tesorería. Presupuestos de tesorería.

12.1. Clientes y proveedores.

13. 1. Plan financiero.

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.

IV. EXAMENES

Se realizará un examen final en el mes de junio.

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 objetivo y método seguidos en la elaboración del pensamiento empresarial.

II. CONTENIDO

El programa 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 profesor 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 de la empresa y el empresario en el capitalismo. Se aborda el estudio de la jerarquía y la organización a lo largo de la historia del pensamiento económico. Estos temas se expondrán en clase, según el siguiente orden:

1. La empresa en la tradición clásica; el capitalista como empresario.

Los precursores: Cantillon, fisiócratas, Steuart. Los clásicos: Adam Smith; Say. Escuela alemana: Thünen, Mangoldt.

2. La síntesis neoclásica; la empresa (organización) como factor de producción.

Menger, Walras. La ortodoxia neoclásica: Marshall; la competencia perfecta. Inadecuación de la teoría microeconómica neoclásica (teoría marginalista del equilibrio general). Teorías de las imperfecciones del mercado: Robinson, Chamberlain; la competencia monopolística. La organización científica de la empresa: Taylor, Fayol.

3. El empresario como contenido de la empresa; maximización de los beneficios.

J.A. Schumpeter: empresarialidad y equilibrio; la innovación. F. Knight: riesgo e incertidumbre. Críticos del capitalismo; especulación y producción; Marx, Veblen, Keynes, Galbraith.

4. Moderna teoría microeconómica de la empresa; génesis de la formulación cuantitativa de Hicks-Allen-Samuelson; programación lineal, teoría de juegos.

5. Enfoques a partir de la separación de propiedad y control en las empresas.

Directivistas: Baumol, Marris, Williamson. Conductista: Simon, Cyert March. Funcionalistas: por qué empresas: Coase, Alchian & Demstz. Nueva economía industrial: Stigler.

6. El empresario como "homo oeconomicus".

Enfoque sociólogos: Weber, Sombart, Hagen. Penrose: el crecimiento de la empresa. Leibenstein (X-eficiencia). Escuela austríaca: el empresario en el proceso de mercado: Mises, Hayek, Kirzner, Rothbard.

7. Intentos neoclásicos de incluir la organización en la teoría económica: la empresa como función de producción.

El "equilibrio general" de Arrow. La "teoría aplicada de los precios" de Chicago: Stigler, Friedman. La escuela de la "public choice": Buchanan.

8. Enfoques recientes de la empresarialidad.

Shackle: la imaginación creadora. Casson: especialización en la toma de decisiones.

III. BIBLIOGRAFIA

El mínimo requerido es el manual de referencia, "Evolución del pensamiento económico". Espasa, Madrid, 1981. D. Miguel Alfonso Martínez Echevarría. A lo largo del curso se recomendará la lectura de algunos libros y artículos de revistas especializadas.

IV. EXAMENES

El examen 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 materia constituye una unidad expositiva con "Dirección de Producción I", por lo que es muy aconsejable cursar de manera continuada ambas asignaturas. En concreto, "Dirección de Producción II" pretenden dar al alumno los conocimientos básicos en los fundamentos teóricos de la naturaleza de las decisiones tácticas y operativas en la producción y en los servicios, así como en los modelos y las herramientas cuantitativas disponibles en orden a tomar decisiones eficientes.

En el programa a continuación expuesto aparecen desarrollados de forma integrada los fundamentos teóricos y las técnicas cuantitativas asociados a éstos. La exposición de los aspectos teóricos se realizará durante las horas de clase teórica, mientras que en la sesión semanal de prácticas asistidas por ordenador se profundizará en la realización de problemas y casos prácticos.

Cuando la naturaleza de los aspectos tratados lo permita, se empleará la utilidad informática LINDO, aplicación especialmente interesante en la medida en que facilita la comprensión de las técnicas de simulación y de modelización probabilística, a la par que resulta de un gran valor pedagógico para la extracción de consecuencias prácticas.

II. CONTENIDO

I Parte: Las decisiones estratégicas de Operaciones.

En esta sección se pretende en primer lugar realizar una síntesis de las características de las decisiones estratégicas de Operaciones ya analizadas en "Dirección de Producción I" y, en segundo lugar, introducir la decisión estratégica Diseño de la Calidad.

A continuación se aborda el tema Control de Calidad, con la finalidad de dar a conocer al alumnado los parámetros más importantes a controlar durante el proceso productivo, así como las técnicas disponibles para ello.

La duración prevista para esta I Parte es de cuatro semanas, junto a los fundamentos teóricos se realizarán ejercicios prácticos; éstos serán de dos tipos: la primera sesión se dedicará a la resolución de un caso práctico que englobe problemas típicos de las decisiones estratégicas analizadas en "Dirección de Producción I", mientras que las tres siguientes sesiones se centran en el estudio de los métodos para el control y mejora de la calidad.

II Parte: Las decisiones tácticas en la Dirección de Operaciones.

En el segundo módulo consta de tres apartados: uno primero destinado a introducir los conceptos básicos del proceso jerárquico de planificación, programación y control de la producción, un segundo apartado destinado a analizar la problemática de las decisiones vinculadas a logística, aprovisionamiento y gestión de inventarios y, por último, un tercer apartado orientado a la exposición de la planificación a medio plazo de la producción y de la capacidad, poniendo un especial énfasis en los sistemas MRP (Planificación de necesidades de materiales).

La duración prevista para esta segunda parte es de siete semanas. Los ejercicios prácticos que se desarrollarán abordarán los siguientes aspectos: previsión de demanda, simulación, gestión de inventarios (condiciones de certeza y aleatoriedad), modelos RRP y RCCP, modelos MRP.

III Parte: Las decisiones operativas en la Dirección de Operaciones.

Este tercer módulo se centra en las decisiones vinculadas a la ejecución y control de los planes y programas de producción, atendiendo tanto a las variables fundamentales de la gestión de los talleres, como las correspondientes a la gestión de los materiales. Los temas que se expondrán son los relativos a los sistemas MRPII, enfoque JIT, planificación y control a muy corto plazo (asignación de carga, secuenciación y programación detallada) y análisis input/ output.

La duración prevista para este módulo es de tres semanas. En las clases prácticas se resolverán problemas y ejercicios mediante las técnicas CRP, modelos de carga y secuenciación, reglas de prioridad y listas de expedición.

III. BIBLIOGRAFIA

- Bibliografía relacionada con los modelos de Investigación Operativa: se utiliza la misma que en la parte I de la asignatura "Dirección de Producción I".

- Bibliografía relacionada con las decisiones tácticas y operativas en la Dirección de Operaciones:

- Dominguez Machuca, J.A. y otros (1995): "Dirección de Operaciones: Aspectos tácticos y operativos en la producción y en los servicios". McGraw-Hill.

- Bibliografía de apoyo; se mantiene la misma que para la parte II de la asignatura "Dirección de Producción I".

IV. EXAMENES

Al concluir el semestre en el que se desarrolla la asignatura será necesario superar el examen final, que abarcará la totalidad de los temas expuestos y se celebrará en el mes de Junio. El examen extraordinario de Septiembre tendrá las mismas características que el de Junio.

La estructura del examen comprenderá una sección práctica y otra teórica, ambas de igual valor a efectos de la ponderación de la calificación final del alumno.

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 estrategias 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 la 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.

CONTABILIDAD DE GESTION II

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

I. CONTENIDO

1. La presupuestación.

1.1. Definición y objetivos del presupuesto. 1.2. Características del presupuesto. 1.3. Técnicas de presupuestación. 1.4. Ventajas y limitaciones del empleo de presupuestos.

2. Programación y presupuestación operativa.

2.1. Presupuesto maestro. 2.2. Programación y presupuestación de ventas. 2.3. Programación y presupuestación de producción. 2.4. Programación y presupuestación de compras. 2.5. Programación y presupuestación de costes directos. 2.6. Programación y presupuestación de costes indirectos.

3. Programación y presupuestación financiera.

3.1. Programación y presupuestación de inversiones. 3.2. Programación y presupuestación de fuentes de financiación. 3.3. Programación y presupuestación de tesorería.

4. Estados contables previsionales.

4.1. Cuenta de resultados previsional. 4.2. Estado de flujos de tesorería previsional. 4.3. Balance previsional. 4.4. Otros estados contables previsionales. 4.5. Utilización en la toma de decisiones.

5. Control presupuestario.

5.1. Características y fases del control presupuestario. 5.2. Desviaciones presupuestarias: cuantificación. 5.3. Desviaciones presupuestarias: análisis de causas. 5.4. Control de excepción. 5.5. Control de presupuestos operativos. 5.6. Control de presupuestos financieros. 5.7. Utilización en la toma de decisiones.

6. Modelos de gestión Push System.

6.1. Características de la gestión por empuje. 6.2. Sistema de planificación de las necesidades MRP I. 6.3. Sistema de planificación de las necesidades MRP II. 6.4. Tecnología de la producción óptima (O.P.T.)

7. Modelos de gestión Pull System.

7.1. Características de la gestión por extracción. 7.2. Just in time (J. I. T.). 7.3. Sistemas de fabricación flexibles (F. M. S.) 7.4. Utilización conjunta de JIT y FMS.

8. Sistemas de gestión por actividades.

8.1. Definición de la actividad. 8.2. Jerarquía operacional. 8.3. Etapas, costes y clasificación de actividades. 8.4. Medida de la actividad. 8.5. Los inductores de costes (cost drivers). 8.6. Implantación del sistema.

9. Información contable y gestión de la calidad.

9.1. La calidad como variable de gestión. 9.2. Planificación de la calidad y homologación de productos. 9.3. Presupuestación de la calidad: costes de calidad y costes por fallos. 9.4. Calidad total.

BIBLIOGRAFIA BASICA

CASTELLO TAGLIANI, E. (Coord.) (1993): "Nuevas tendencias en contabilidad de gestión: implantación en la empresa española". AECA (Ed.). Madrid.

10. Información contable y gestión medioambiental.

10.1. Las variables medioambientales como variables de gestión. 10.2. Planificación de la gestión medioambiental. 10.3. Presupuestación de la gestión medioambiental. 10.4. Problemática del coste de prevención de la contaminación. 10.5. Problemática del coste por descontaminación y restauración del entorno natural.

BIBLIOGRAFIA BASICA

CASTELLO TAGLIANI, E. (Coord.) (1993): "Nuevas tendencias en contabilidad de gestión: implantación en la empresa española". AECA (Ed.). Madrid.

11. Normalización contable en España.

11.1. Propuestas de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). 11.2. Propuesta de la Asociación Española de Contabilidad Directiva

(ACODI). 11.3. Planificación contable española. 11.3.1. Modelo de costes históricos. 11.3.2. Modelo de costes estándar. 11.3.3. Modelo complementario de costes de oportunidad.

III. BIBLIOGRAFIA

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

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.

TECNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION II

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Estudio de los fundamentos teóricos y la aplicación práctica de los métodos mas habitualmente usados para el análisis y predicción de series temporales. Se pondra énfasis especial en las aplicaciones a datos de tipo económico.

II. CONTENIDO

A. Parte teórica

1. Modelos de series temporales.

1.1. Alisado y extrapolación de series temporales.

1.1. Modelos de extrapolación simple.

1.2. Alisado y ajuste estacional.

2. Propiedades de las series temporales estocásticas.

2.1. Introducción a los modelos de series temporales estocásticas.

2.2. Caracterización de las series temporales. La función de autocorrelación.

2.3. Test para caminos aleatorios.

2.4. Series temporales cointegradas.

3. Modelos de series temporales lineales.

3.1. Modelos de medias móviles.

3.2. Modelos autorregresivos.

3.3. Modelos mixtos.

3.4. Procesos no estacionarios homogéneos: modelos ARIMA.

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

4.1. Estimación del modelo.

4.2. Comprobaciones del diagnóstico.

5. Predicción con modelos de series temporales.

5.1. La predicción mínimo-cuadrática.

5.2. Cálculo de una predicción.

- 5.3. El error de una predicción.
- 5.4. Intervalos de confianza de una predicción.
- 5.5. Propiedades de las predicciones ARIMA.
- 5.6. Ejemplos.

B. Parte Práctica.

Se realizarán prácticas con ordenador a lo largo del cuatrimestre sobre los diversos contenidos teóricos que se vayan desarrollando.

III. BIBLIOGRAFIA

Básica:

- Pindyck R.S. and Rubinfeld D.L. "Econometrics Models and Economic Forecasts". McGraw-Hill, 1991.

Complementaria:

- 2. Abraham, B. & Ledolter, J. "Statistical methods for forecasting". John Wiley & sons, 1983.
- 3. Pindyck R.S. and Rubinfeld D.L. "Modelos Económicos". Ed. Labor, 1980. (agotada).
- 4. Novales, A. "Econometría". McGraw-Hill, 1993.
- 5. Judge G. y OT. "Introduction to the theory and Practice of econometrics". Wilwy, 1988.
- 6. Peña D. "Estadística II: Modelos lineales y series temporales". Alianza, 1992.
- 7. Otero: "Modelos econométricos y predicción de series temporales". AC.
- 8. Pulido, A. "Modelos Económicos". Pirámide, 1989.

IV. EXAMENES

El examen final se realizará en el mes de Junio. Constará de una parte teórica y de una parte práctica con ordenador que tratará de evaluar el aprovechamiento de las prácticas por el alumno.

FUNDAMENTOS DE ANTROPOLOGIA II

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. Autoposición, autenticidad, coherencia, personalidad. El hombre ser creado para algo. Libertad e iniciativa.

Libertad, imputabilidad y responsabilidad. Ámbitos 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.

Naturaleza del trabajo. El trabajo como acción transformadora. Dignidad del trabajo. Aspectos objetivos y subjetivos. El sentido de la vida y el trabajo. El trabajo como servicio. Dimensión social del trabajo. Los límites al dominio del hombre.

El desempleo. Reducción del tamaño de las empresas. Ventajas e inconvenientes. Consecuencias en los empleados. Criterios de selección.

La retribución del trabajo. Dignidad y salario. El hombre y la mujer en el trabajo.

Relación del hombre con la naturaleza: dominio y propiedad; avaricia e idolatría. Formas de adquirir la propiedad. Razones sobre el sentido natural de la propiedad. La "hipoteca social". Los atentados contra la propiedad. La injusticia danmificación y la injusticia cooperación. Respeto a todos los seres: ecología de la naturaleza. La compraventa. Tipos. Precio. Precios abusivos.

La empresa como comunidad. Naturaleza y fines de la empresa.

III. EXAMENES

La evaluación final de los alumnos será el resultado de la información que se tenga de cada alumno a través de los exámenes parciales y final, informes, trabajos escritos e intervenciones en clase, de modo individual, o como miembro de un grupo de estudio.