

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

TEMA 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.

TEMA 2. Valor.

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

- 2.4. Análisis de proyectos de inversión.
- 2.5. Métodos aritméticos.
- 2.6. Métodos financieros.

- 2.7. La inversión y la incertidumbre.
- 2.8. Valor esperado y dispersión.
- 2.9. Métodos de incorporación del riesgo.

TEMA 3. Riesgo

- 3.1. Algunas consideraciones acerca del riesgo.
- 3.2. Rendimiento y coste de oportunidad de los recursos.

- 3.3. Rendimiento y riesgo: media y varianza.
- 3.4. Rendimiento y riesgo de un activo individual.
- 3.5. Rendimiento y riesgo de una cartera de activos.

- 3.6. Cartera óptima.
- 3.7. Conjunto eficiente con dos activos de riesgo.
- 3.8. Conjunto eficiente con dos activos de riesgo y otro libre de riesgo.
- 3.9. Múltiples activos.
- 3.10. Diversificación de cartera y activo de riesgo individual.

- 3.11. Eficiencia de la cartera de mercado.
- 3.12. Derivación del modelo CAPM.
- 3.13. Propiedades del modelo CAPM.
- 3.14. Uso del modelo CAPM en las decisiones de inversión.

- 3.15. Evaluación de proyectos en un marco CAPM.
- 3.16. Evaluación de proyectos en términos de riesgo total de la empresa.
- 3.17. Reconciliación de ambas aproximaciones.

- 3.18. Títulos de deuda: bonos.
- 3.19. Valoración de bonos y rendimientos a la maduración.
- 3.20. Estructura temporal de los tipos de interés.

- 3.21. Riesgo del tipo de interés.
- 3.22. Duración.
- 3.23. Gestión del riesgo de tipos.

TEMA 4. Instrumentos de financiación para la empresa.

- 4.1. Préstamos bancarios.
- 4.2. Sistemas de amortización.
- 4.3. Coste nominal y coste efectivo.
- 4.4. Empréstitos.

III. BIBLIOGRAFÍA

-Ross, Westerfield y Jordan. *Fundamentos de Finanzas corporativas*. Irwin. 2º Ed. 1996.

- 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 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

TEMA 1. Introducción y conceptos básicos.

1.1. La función comercial y el marketing.

1.2. Conceptos básicos en marketing.

1.3. Críticas al marketing.

1.4. Enfoque del marketing.

1.5. Naturaleza y alcance del marketing.

1.6. Definición de marketing.

1.7. El marketing como sistema de intercambios.

TEMA 2. La dirección comercial.

- 2.1. El sistema comercial.
- 2.2. Las variables comerciales.
- 2.3. Concepto y tareas de la dirección comercial.

B. ANALISIS COMERCIAL

TEMA 3. El mercado y el entorno.

- 3.1. Concepto y límites del mercado.
- 3.2. Clasificación de los mercados.
- 3.3. La estructura del consumo/demanda.
- 3.4. Las instituciones comerciales.
- 3.5. La competencia.
- 3.6. El macroentorno.
- 3.7 La dirección del entorno.

TEMA 4. La demanda.

- 4.1. El análisis de la demanda y la toma de decisiones comerciales.
- 4.2. Enfoques y métodos de análisis y previsión de la demanda.
- 4.3. Modelos de demanda.

TEMA 5. Segmentación del mercado.

- 5.1. Concepto y fines de la segmentación.
- 5.2. Utilidad y requisitos de la segmentación.
- 5.3. Criterios de segmentación.
- 5.4. Métodos y técnicas de segmentación.
- 5.5. Aplicación de la segmentación en el diseño del plan comercial.

TEMA 6. Comportamiento del consumidor.

- 6.1. El estudio del comportamiento del consumidor.
- 6.2. El proceso de decisión de compra.
- 6.3. Determinantes del comportamiento.
- 6.4. Modelos sobre el comportamiento del consumidor.
- 6.5. El movimiento de defensa del consumidor.

TEMA 7. Comportamiento de compra de las organizaciones.

- 7.1. Características del comportamiento de compra de las organizaciones.
- 7.2. Clasificación de los compradores de las organizaciones.
- 7.3. El departamento de compras.
- 7.4. El proceso de decisión de compra de las organizaciones.

TEMA 8. El sistema de información y la investigación comercial.

- 8.1. Concepto de la investigación comercial.
- 8.2. Aplicaciones de la investigación comercial.
- 8.3. Fases y diseño de la investigación comercial.
- 8.4. Obtención de la información.
- 8.5. Tratamiento y tabulación de datos.
- 8.6. Análisis de datos.
- 8.7. Interpretación de los resultados y presentación de las conclusiones.

C. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

TEMA 9. Concepto de producto y marca.

- 9.1. La dirección del producto.
- 9.2. El concepto de producto.
- 9.3. Clasificación de los productos.
- 9.4. Diferenciación del producto.
- 9.5. Identificación del producto: marca, modelo, envase.
- 9.6. La imagen y el posicionamiento de productos y marcas.

TEMA 10. Desarrollo y evolución del producto.

- 10.1. Planificación de nuevos productos.
- 10.2. Proceso de difusión y adopción del producto.
- 10.3. El ciclo de vida del producto y su influencia en el plan comercial.

TEMA 11. Decisiones sobre el precio.

- 11.1. Concepto e importancia del precio.
- 11.2. Condicionantes en la fijación de los precios.
- 11.3. Métodos de fijación de precios.
- 11.4. Estrategias de precios.

TEMA 12. El sistema de distribución.

- 12.1. El concepto de canal de distribución.
- 12.2. Funciones de los intermediarios.
- 12.3. Selección de canales de distribución.
- 12.4. Localización y dimensión de los puntos de venta.
- 12.5. Relaciones entre miembros del canal de distribución.

TEMA 13. Formas y estructuras de distribución.

- 13.1. El comercio mayorista.
- 13.2. El comercio detallista.
- 13.3. Integración de los canales de distribución.

TEMA 14. Logística de la distribución.

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

TEMA 15. La venta personal.

- 15.1. La promoción.
- 15.2. Concepto y funciones de la venta personal.
- 15.3. La dirección de ventas.
- 15.4. Planificación y organización del sistema de ventas.
- 15.5. El equipo de ventas.
- 15.6. Motivación de los vendedores.

TEMA 16. Publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas.

- 16.1. Concepto y objetivo de la publicidad.
- 16.2. El mensaje publicitario.
- 16.3. Los medios publicitarios.
- 16.4. El plan publicitario.
- 16.5. Medida de la eficacia de la publicidad.
- 16.6. Las relaciones públicas.
- 16.7. La promoción de ventas.

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

17.1. El plan comercial.

17.2. Concepto de planificación comercial.

17.3. Formulación del plan comercial.

17.4. Análisis de la situación.

17.5. Definición de los objetivos.

17.6. Desarrollo de acciones estratégicas.

17.7. Evaluación, organización e implantación del plan comercial.

D. DIRECCION DEL PROCESO DE MARKETING

TEMA 18. Marketing de productos de consumo.

18.1. Características del marketing de productos de consumo.

18.2. Los mercados de los productos de consumo.

18.3. Los mercados de los productos de consumo.

TEMA 19. Marketing industrial

19.1. Concepto y características del marketing industrial.

19.2. Los mercados industriales.

19.3. Los productos industriales.

19.4. El plan de marketing industrial.

TEMA 20. El marketing de servicios.

20.1. Aplicación del marketing a los servicios.

20.2. Concepto y clasificación de los servicios.

20.3. Características diferenciales de los servicios.

20.4. Estrategias de marketing de los servicios.

TEMA 21. Marketing no empresarial.

21.1. La ampliación del concepto de marketing.

21.2. Marketing público y de instituciones no lucrativas.

21.3. Marketing social.

21.4. Marketing político y electoral.

TEMA 22. Marketing internacional.

22.1. Concepto y características del marketing internacional.

22.2. Los mercados exteriores.

22.3. Práctica y estrategia del marketing internacional.

22.4. 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. & Katherine 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 constituye una unidad expositiva con "Dirección de Producción II", por lo que es muy aconsejable cursar de manera continuada ambas asignaturas. En la configuración del programa que se desarrolla a continuación se han diferenciado, a efectos pedagógicos, dos secciones. El objetivo de la primera es presentar al alumnado el Subsistema de Producción y Operaciones, y su relación con los restantes subsistemas de la empresa. La segunda sección tiene como objetivo presentar las decisiones de carácter estratégico que conducirán, por una parte, a la elección de un posicionamiento concreto de la empresa y, por otra, a la elección del diseño del subsistema productivo.

La dualidad de enfoque requerida para una adecuada impartición de la disciplina ha sido tenida en cuenta y se manifiesta en la estructura que se ha dado a cada tema. El total de horas lectivas (tres por semana) se ha dividido en sesiones teóricas y prácticas. Las clases prácticas se desarrollarán tanto en el aula habitual como en la sala de informática. La utilidad informática LINDO permitirá buscar soluciones a gran parte de los problemas que se presentan en la Dirección de Producción y Operaciones.

II. CONTENIDO

SECCION PRIMERA: INTRODUCCION A LA DIRECCION DE LA PRODUCCION Y DE LAS OPERACIONES

TEMA 1. El Subsistema de Producción y Operaciones y la Empresa.

- 1.1. La empresa, su entorno y el Subsistema de Producción y Operaciones.
- 1.2. Evolución histórica del subsistema de Producción y Operaciones.
- 1.3. Tipos de subsistemas de Producción y Operaciones.

TEMA 2. La Dirección de la Producción y de las Operaciones y sus objetivos.

- 2.1. Contenido de la Dirección de la Producción y Operaciones.

- 2.2. Objetivos de la Dirección de la Producción y Operaciones.
- 2.3. Problemática actual de la Dirección de la Producción y Operaciones.

TEMA 3. La Estrategia de Producción y Operaciones.

- 3.1. Diseño y desarrollo de la estrategia empresarial.
- 3.2. Diseño y desarrollo de la estrategia de Producción y Operaciones.
- 3.3. El plan estratégico de Operaciones y el Plan de Producción a Largo Plazo.

SECCION SEGUNDA: DECISIONES ESTRATEGICAS DEL SUBSISTEMA DE PRODUCCION Y OPERACIONES

Primera parte: Decisiones de posicionamiento.

TEMA 4. Construcción de modelos y obtención de información para la toma de decisión.

- 4.1. El proceso de toma de decisiones en la Dirección de la Producción y Operaciones: modelos y métodos.
- 4.2. Modelos para la evaluación y selección de inversiones.
- 4.3. Aplicaciones de la programación lineal.
- 4.4. Aplicaciones de la teoría de la decisión.
- 4.5. Concepto y aplicaciones de la teoría de colas.
- 4.6. Concepto y aplicaciones de la simulación estocástica.
- 4.7. Aplicaciones informáticas.

TEMA5. Diseño de la calidad de las Operaciones.

- 5.1. Concepto de Calidad.
- 5.2. Factores determinantes de la Calidad.
- 5.3. Costes de la no Calidad.
- 5.4. Gestión de la Calidad Total (TQM).
- 5.5. Programas para la Calidad Total.

TEMA 6. Selección y Diseño de productos y servicios.

- 6.1. Métodos cualitativos y cuantitativos para la estimación y previsión de la demanda.
- 6.2. El concepto de ciclo de vida de los productos.
- 6.3. La selección de productos y servicios.
- 6.4. Etapas del diseño y desarrollo de productos y servicios.
- 6.5. Documentos de producción.

TEMA 7. Selección y Diseño de procesos productivos.

- 7.1. Tipos de procesos productivos.
- 7.2. Factores condicionantes del diseño del proceso.
- 7.3. Selección y Diseño del proceso productivo.
- 7.4. Métodos cuantitativos para el diseño del proceso.
- 7.5. Diseño de la Distribución en Planta.
- 7.6. Métodos para el diseño de la Distribución en Planta.

Segunda parte: Decisiones de diseño del Subsistema de Producción y Operaciones.

TEMA 8. Diseño de la capacidad y selección de la localización de las instalaciones.

- 8.1. Naturaleza, problemática e importancia de la capacidad productiva.
- 8.2. Factores condicionantes del diseño de la capacidad.
- 8.3. Diseño de la capacidad del sistema.
- 8.4. Estrategias para la adecuación de la capacidad.
- 8.5. Repercusiones de la selección de la localización.
- 8.6. Factores que afectan a la localización.
- 8.7. Métodos cuantitativos y cualitativos para la selección la gestión de inventarios.

TEMA 9. Diseño del sistema de gestión de existencias con demanda independiente.

- 9.1. Importancia y razón de ser de los inventarios en la empresa.
- 9.2. Sistemas de gestión de inventarios para artículos con demanda independiente.
- 9.3. Métodos cuantitativos para la gestión de inventarios.

III. BIBLIOGRAFIA

Básica:

- Dominguez Machuca, J.A. y otros (1995), *Dirección de Operaciones y Aspectos Estratégicos en la Producción y en los servicios*, Mc-Graw-Hill. (Temas : 1, 2, 3, 6, 7, y 8).
- Dominguez Machuca, J.A. y otros (1995), *Dirección de Operaciones: Aspectos Tácticos y Operativos en la producción de los servicios*, Mc-Graw-Hill. (Temas: 5 y 9).
- Anderson, D.R., Sweeney, D.J. y Williams. T.A. (1993), *Introducción a los Modelos Cuantitativos para Administración*, Grupo Editorial Iberoamérica. (Tema 4).

Bibliografía de apoyo para la resolución de las prácticas informáticas.

- Faulín, F.J., Alfaro J.A. (1995), *Problemas de Investigación de Operaciones Resueltos con LINDO*, Slide Print.

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. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

1.- Materia instrumental. Estudio de la contabilidad como sistema de información encaminado a la toma de decisiones racionales en la empresa.

2.- Se hace hincapié en la importancia de los aspectos metodológicos básicos que subyacen en los distintos sistemas de costes frente a la mera descripción.

3.- Se exponen cada uno de los análisis fundamentales que permiten estructurar lógicamente un sistema de costes, conocer sus posibilidades y limitaciones respecto a la elaboración de la información, lo que permite:

a) Diseñar aquel sistema de costes que responda mejor a las necesidades de cada empresa de acuerdo con sus circunstancias específicas.

b) Desarrollar criterios propios para evaluar las posibles aplicaciones del output informativo que proporciona cada sistema de costes.

II. CONTENIDO

Análisis fundamentales y sistemas de costes. Análisis técnico de las posibilidades de los sistemas de costes y su fundamentación.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

III. BIBLIOGRAFIA

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

-Ripoll, V. (Coord.) (1993): *Introducción a la contabilidad de gestión. Cálculo de costes*. McGraw-Hill. Madrid.

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

-Montesinos Julve, V. y Broto Rubio, J. (1989): *Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes*. Ariel. Madrid.

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

IV. EXAMENES

Características generales de los exámenes:

Teoría: Preguntas tipo test y cortas.

Práctica: Uno o dos ejercicios largos. Se contempla la posibilidad de plantear razonamientos con fundamento teórico sobre estos ejercicios.

Criterios de evaluación: Con el fin de ser coherentes con los objetivos arriba señalados y con el enfoque de las clases, se considerarán como más importantes, a la hora de calificar, los conocimientos teóricos sobre los puramente prácticos o de cálculo.

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 modelos enfocados preferentemente al ámbito empresarial. Se buscará tanto el conocimiento intuitivo de los conceptos como su justificación teórica.

II CONTENIDO

A. PARTE TEÓRICA

MODELOS DE REGRESIÓN UNIECUACIONALES

TEMA 1. Introducción. Repaso de Estadística.

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

TEMA 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. Heterocedasticidad 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 las variables.

6.3. 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. Combinación de datos de sección cruzada y en serie temporal.

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 Forecasts". Mc Graw-Hill (1991).

COMPLEMENTARIA:

2. NOVALES, A. "Econometría". Mc Graw-Hill (1993).

3. PINDYCK, R. S & RUBINFELD, D. L . "Modelos Econométricos". Labor (1980) (agotada).

4. URIEL, E. Y OTROS. "Econometría". AC (1990).

5. GUJARATI, D. N. "Econometría". Mc Graw-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 EXÁMENES.

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 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

- Ross, Westerfield y Jordan. "Fundamentos de Finanzas corporativas". Irwin. 2º Ed. 1996.
- 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.

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 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 éste 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 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" pretende 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

SECCION PRIMERA. DECISIONES TACTICAS DEL SUBSISTEMA DE PRODUCCION Y OPERACIONES

Tema 1. Planificación Agregada y Programa Maestro de la Producción

Tema 2. Programación y secuenciación

Tema 3. El enfoque Justo a Tiempo (JIT)

Tema 4. Planificación de las necesidades de fabricación

Tema 5. Planificación, programación y control de proyectos

SECCION SEGUNDA. DECISIONES OPERATIVAS DEL SUBSISTEMA DE PRODUCCION Y OPERACIONES

Tema 6. Control de talleres

Tema 7. Control de calidad

Tema 8. Gestión del mantenimiento y la reposición

SECCION TERCERA. TEMAS ACTUALES EN LA DIRECCION DE LA PRODUCCION Y DE LAS OPERACIONES

Tema 9. Los enfoques Tecnología de Producción Optimizada (OPT) y Teoría de las Limitaciones (TOC)

Tema 10. Nuevas tecnologías de procesos

Tema 11. Sistemas logísticos y de distribución

Tema 12. La Globalización de Operaciones

Tema 13. Dirección de la Producción y Medio Ambiente

Tema 14. Dirección de las Operaciones de Servicios

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.

CONTABILIDAD DE GESTION II

TR L. ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

OP L. ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

1.- Materia instrumental. Estudio de la contabilidad como sistema de información encaminado a la toma de decisiones racionales en la empresa.

2.- Se hace hincapié en la importancia de los aspectos metodológicos básicos que subyacen en los distintos sistemas de costes frente a la mera descripción.

3.- Se exponen cada uno de los análisis fundamentales que permiten estructurar lógicamente un sistema de costes, conocer sus posibilidades y limitaciones respecto a la elaboración de la información, lo que permite:

a) Diseñar aquel sistema de costes que responda mejor a las necesidades de cada empresa de acuerdo con sus circunstancias específicas.

b) Desarrollar criterios propios para evaluar las posibles aplicaciones del output informativo que proporciona cada sistema de costes.

I. CONTENIDO

BLOQUE 1: Análisis económico. Aplicación del output informativo de la contabilidad. Ejercicio de identificación de las necesidades de información demandadas por los modelos de decisión de economía de la empresa. El objetivo no es la fundamentación de los modelos (asignaturas de economía de la empresa), sino el estudio de los requerimientos informativos. Ejemplos: Gestión de stocks, C-V-B., programa óptimo de producción, fabricar/comprar, determinación del precio, descentralización y precios de transferencia, análisis de la productividad...

BLOQUE 2: Presupuestación. Proceso de planificación y su producto fundamental que es el presupuesto.

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.

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.

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

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

-Ripoll, V. (Coord.) (1993): *Introducción a la contabilidad de gestión. Cálculo de costes*. McGraw-Hill. Madrid.

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

-Montesinos Julve, V. y Broto Rubio, J. (1989): *Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes*. Ariel. Madrid.

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

IV. EXAMENES

Características generales de los exámenes:

Teoría: Preguntas tipo test y cortas.

Práctica: Uno o dos ejercicios largos. Se contempla la posibilidad de plantear razonamientos con fundamento teórico sobre estos ejercicios.

Criterios de evaluación: Con el fin de ser coherentes con los objetivos arriba señalados y con el enfoque de las clases, se considerarán como más importantes, a la hora de calificar, los conocimientos teóricos sobre los puramente prácticos o de cálculo.

V. TRABAJOS

Para el presente curso está previsto que los alumnos realicen un trabajo sobre la materia de presupuestación. Dicho trabajo consistirá en la programación, mediante el empleo de hojas de cálculo, de un presupuesto maestro para una empresa industrial.

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 más habitualmente usados para el análisis y predicción de series temporales. Se pondrá énfasis especial en las aplicaciones a datos de tipo económico.

II CONTENIDO

A. PARTE TEÓRICA

MODELOS DE SERIES TEMPORALES

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.

3.5 Especificación de 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:

1. PINDYCK, R. S & RUBINFELD, D. L . "Econometrics Models and Economic Forecasts". Mc Graw-Hill (1991).

COMPLEMENTARIA:

2. ABRAHAM, B. & LEDOLTER, J. "Statistical methods for forecasting ". John Wiley & Sons (1983).

3. NOVALES, A. "Econometría". Mc Graw-Hill (1993).

4. PINDYCK, R. S & RUBINFELD, D. L . "Modelos Econométricos". Labor (1980) (agotada).
5. JUDGE, G. Y OTROS. "Introduction to the theory and practice of econometrics". Wiley. (1988).
6. PEÑA, D. "Estadística II: Modelos lineales y Series Temporales". Alianza Editorial (1992).
7. OTERO, J. M. "Modelos econométricos y predicción de series temporales". AC (1989).
8. PULIDO, A. "Modelos Econométricos ". Pirámide (1989).

IV EXÁMENES.

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.

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Fundamentos de 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

1. 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.

2. La razón teórica y la razón práctica. El orden de los medios: la prudencia. Naturaleza. Conocimiento de la realidad y bien. Conocimiento, elección y mandato: la inseguridad de la decisión. El desorden en los medios y en los fines: la astucia.

3. 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.

4. 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.

5. 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.

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

7. La sexualidad como dimensión humana. El enamoramiento: amor de hombre y mujer. La familia: la amistad conyugal, el amor esponsal. 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 antropológicas.

8. 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. Noción y sentido de las normas y leyes. Obligación y cese de la ley.

9. El bien común. El bien común internacional. La interdependencia. La solidaridad. El quién y el qué de la solidaridad. Obligación de contribuir al bien común. Solidaridad en las organizaciones, la participación en la vida social, y en las organizaciones. Solidaridad, justicia, caridad.

11. 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. Apuntes sobre el sentido cristiano del trabajo: el evangelio del trabajo.

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

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

14. 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.

15. El hombre y la empresa. La empresa como comunidad. Naturaleza y fines de la empresa. El afán de lucro. Elementos e integrantes de la empresa. Qué es una empresa y qué hace una empresa. Generación de VEA y su distribución. Valores y cultura laboral. Responsabilidad social 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.