

ECONOMETRIA I

Troncal en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se pretende que los alumnos sean capaces de especificar y estimar un modelo econométrico, y a su vez, aplicarlo al análisis de problemas concretos en el campo de la economía. Esto supone conocer distintos métodos de estimación, las propiedades deseables y los criterios para evaluar la bondad de los modelos.

II. CONTENIDO

- 1. MODELO DE REGRESIÓN LINEAL GENERAL.** Hipótesis básicas. Estimador de mínimos cuadrados ordinarios. Coeficientes de correlación simple y parcial. Cambios de escala. Medidas de bondad del ajuste. Interpretación y ejemplos.
- 2. CONTRASTE DE HIPOTESIS.** Tres procedimientos: estadísticos de Wald, Razón de Verosimilitud y multiplicadores de Lagrange. Estimador de mínimos cuadrados restringidos. Ejemplos.
- 3. CONTRASTE DE ESTABILIDAD Y VARIABLES FICTICIAS.** Contraste de Chow. Variables ficticias aditivas y multiplicativas. Ejemplos.
- 4. PREDICCIÓN.** Cálculo del predictor. Análisis de la precisión de las predicciones.
- 5. ERRORES DE ESPECIFICACIÓN.** Selección de variables. Problema de variables omitidas. Problema de variables irrelevantes. Sesgos derivados de la no linealidad.
- 6. MULTICOLINEALIDAD.** Concepto y consecuencias. Introducción al análisis de componentes principales. Ejemplos.
- 7. HETEROCEDASTICIDAD.** Concepto y consecuencias. Contrastes de Heterocedasticidad. Mínimos cuadrados generalizados factibles. Ejemplos.

8. AUTOCORRELACIÓN. Concepto y consecuencias. Contraste de Durbin-Watson. Estimación con perturbaciones AR(1). Ejemplos.

III. BIBLIOGRAFÍA

- Novales, A. (1993), "*Econometría*", McGraw-Hill, (2ª ed.), Madrid.
- Pindyck, R.S. y Rubinfeld, D.L., (1991), "*Econometric Models & Economic Forecasts*", McGraw-Hill, (3ª ed.), Madrid.

IV. EVALUACION

- Trabajo en grupo y entrega de ejercicios: 15%
- Examen parcial: 15%
- Examen práctico: 20%
- Examen teórico: 50%

V. TRABAJOS

Objetivo: analizar la relación entre dos o más variables.

Características:

- Grupos de 3 personas
- Variables: mínimo de tres variables, con 40 observaciones
- Entrega de un resumen con las variables a analizar y los componentes del grupo: mediados de noviembre
- Fecha límite de entrega y presentación: mediados de Enero.

ECONOMIA APLICADA I

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Familiarizar al alumno con las transacciones reales de la economía internacional. Junto a la exposición de los principales modelos, se estudian los aspectos más actuales y las principales cuestiones de política económica.

II. CONTENIDO

1. Introducción

Teoría del Comercio Internacional

2. Productividad del trabajo y ventaja comparativa: el modelo ricardiano.
3. Factores específicos y distribución de la renta.
4. Dotación de recursos y comercio: el modelo Heckscher-Ohlin.
5. El modelo estándar de comercio.
6. Economías de escala, competencia imperfecta y comercio internacional.
7. Los movimientos internacionales de factores.

Política Comercial Internacional

8. Los instrumentos de política comercial.
9. La economía política de la política comercial.
10. La política comercial en los países en vías de desarrollo.
11. La política industrial en los países avanzados.

III. BIBLIOGRAFIA

- Krugman, P. y Obstfeld, M., (1995), "*Economía Internacional: Teoría y Política*". 3ª edición. McGraw- Hill.
- Colección de *Lecturas de Economía Aplicada I*.

IV. EVALUACION

Participación en clase: 15%

Parcial: 30%

Trabajo: 25%

Final: 30%

ECONOMIA DEL SECTOR PUBLICO I

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Los objetivos de la asignatura son básicamente dos, proporcionar un conocimiento sintético y completo de los elementos que conforman esta materia mediante la selección de aquellos tópicos que constituyen el núcleo central de la misma, así como desarrollar la capacidad de razonamiento crítico, lógico, estructurado y coherente en la definición, distinción y análisis de las cuestiones.

Este programa se impartirá por separado a la licenciatura en Economía, como asignatura troncal, y a la licenciatura en Dirección y Administración de Empresas, como asignatura optativa. Por esta razón, algunos temas se tratarán de forma diferente, en función de la licenciatura en que se impartan.

II. CONTENIDO

- TEMA 1. El Sector Público: concepto, delimitación y dimensión.
- TEMA 2. La Hacienda Pública en el pensamiento económico.
- TEMA 3. El funcionamiento del sector público: la elección pública.(I)
- TEMA 4. El funcionamiento del sector público: la elección pública (II)
- TEMA 5. La teoría de los bienes públicos.
- TEMA 6. Los efectos externos y la intervención pública.
- TEMA 7. El sector público y la redistribución de la renta.
- TEMA 8. La Seguridad Social.
- TEMA 9. El Presupuesto.
- TEMA 10. La deuda pública.
- TEMA 11. La Hacienda Pública multijurisdiccional.
- TEMA 12. El comportamiento del gasto público.
- TEMA 13. El Estado del Bienestar.-
- TEMA 14. La empresa pública.

III. BIBLIOGRAFIA

- Albi, E., Contreras, C., González-Páramo, J.M. y Zubiri, I. (1994), "*Teoría de la Hacienda Pública*", Ed. Ariel, Barcelona.
- López López, M. T. y Utrilla de la Hoz, A. (1996), "*Introducción al Sector Público Español*", Ed. Civitas, Madrid.
- Musgrave, R.A. y Musgrave, P.B. (1992), "*Hacienda Pública teórica y aplicada*", Ed. MacGraw-Hill, Madrid.
- Rosen, H.S. (1991), "*Public Finance*", Ed. Irwin Homewood, (3ª edición). Existe versión en castellano de la edición anterior de la obra en Ariel (ed.), "*Manual de Hacienda Pública*", 1987, reimpresión de 1994.

IV. EVALUACION

Los diez puntos se distribuirán de la siguiente forma: dos puntos por trabajos y ejercicios; dos puntos por el examen que se realizará en Diciembre, antes de vacaciones de Navidad. La estructura de este examen está reservada al profesor; 5 puntos por el examen final de febrero, que constará de tres partes: una de preguntas de verdadero o falso, otra de preguntas cortas, una final de preguntas de desarrollo o ejercicios prácticos; 1 punto está reservado a la valoración subjetiva del profesor respecto al aprovechamiento de la asignatura por parte del alumno.

MICROECONOMIA III

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

En este curso se analizan las consecuencias que tiene la falta de información sobre la elección individual y el funcionamiento de los mercados. Además de algunas de las consecuencias de la incertidumbre para los mercados, se considerarán mercados en los que el riesgo juega un papel fundamental: seguros, activos y futuros. Por último, partiendo de la teoría de juegos, se estudian las asimetrías informativas, sus consecuencias para el funcionamiento de los mercados, y el diseño de mecanismos.

II. CONTENIDO

A. Decisión en situaciones de riesgo.

1. Situaciones de incertidumbre.
2. Decisión con incertidumbre.
3. Decisiones informativas.

B. Riesgo y mercados.

4. Consecuencias de la incertidumbre en los mercados.
5. Mercados de seguros, de activos y de futuros.
6. Modelos de equilibrio general con incertidumbre.

C. Información asimétrica.

7. Teoría de juegos y teoría de contratos.
8. Selección adversa y señalización.
9. Azar moral.
10. Diseño de mecanismos.

III. BIBLIOGRAFÍA

- Galera, F. *"Economía de la incertidumbre"*, Newbook ediciones, 1997.
- Hirshleifer, J. & Riley, J.G., *"The analytics of uncertainty and information"*, Cambridge University Press, 1994.

- Eeckhoudt, E & Gollier, Ch., "*Risk, Evaluation, management and sharing*", Harvester Wheatsheaf, 1995.
- Milgrom P. & Roberts, J., "*Economics, Organization and Management*", 1992, caps. 5, 6 y 7. Hay traducción castellana en editorial Ariel
- Rasmusen, E., "*Games and Information*", (2ª ed.) Basil Blackwell, 1994. Hay traducción castellana en Fondo de Cultura Económica.
- McKenna, C.J., "*The economics of uncertainty*", Oxford University Press, 1986.

IV. EXÁMENES

Habrá un único examen final consistente en cuestiones similares a las que se han ido desarrollando durante el curso.

V. TRABAJOS

Existe la posibilidad de hacer trabajos. El trabajo se puede hacer en equipo, pero *siempre* habrá un examen personal y oral sobre el contenido de ese trabajo.

DIRECCION FINANCIERA I

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Obligatoria en 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.
- Brealey, R. y Myers, S. "*Fundamentos de Financiación Empresarial*". McGraw-Hill. (4ª Ed.), 1993.
- Van Horne, J. "*Administración Financiera*", Prentice Hall, 1986.
- Weston, A. y Copeland, T. "*Managerial Finance*". Addison Wesley.
- J. González Catalá, V. "*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

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en 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 saturación de bienes y servicios. Lo anterior se traduce en un marco competitivo creciente y es por eso que la dirección comercial en las empresas adquiere una importancia fundamental.

Dentro de la asignatura de Dirección Comercial I, se expondrán los conceptos fundamentales de los distintos elementos de la función comercial y las relaciones existentes entre las acciones comerciales. Adicionalmente se analizarán los efectos que éstas tienen sobre la propia empresa, sobre los clientes y competidores y sobre la Sociedad en general.

II. CONTENIDO

0. 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. Características de los problemas comerciales. El proceso de toma de decisiones comerciales.

B Análisis 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. Concepto del 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 publicas 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 publicas. La promoción de ventas.

17. El plan comercial; 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 Dirección del proceso de marketing

18. Marketing de productos de consumo. Características del marketing de productos de consumo. Los mercados de los productos de consumo. Estrategias de marketing para 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. BIBLIOGRAFÍA

El texto básico del curso será:

- Kotler, P. "*Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*". (9th Edition). Prentice Hall, 1997.

Adicionalmente, los alumnos deberán leer los siguientes artículos:

- Porter, M.E. "*How Competitive Forces Shape Strategy*", Harvard Business Review, March-April, 1992.
- Star, S. H. "*Marketing And Its Discontents*", Harvard Business Review November-December, 1989
- Cano del, J.M. "*La Marea Blanca Arrasa*" Actualidad Económica, 10 Junio 1996
- Hartley, R.F. "*Coca Cola Comete Un Error Clasico*" en Errores en el Marketing. Editorial Paraninfo, (2^a ed.), 1991.
- Hayek, F.A. "*The Use Of Knowledge In Society*". The American Economic Review. Vol. 35, N°4. September, 1945.
- Smart, T. "*Jack Welch'S Encore: How Ge'S Chairman Is Remaking His Company -Again*". Business Week, October 28, 1996.
- Porter, M. E. "*¿Donde Radica La Ventaja Competitiva De Las Naciones?*" Harvard-Deusto Business Review. 4º Trimestre 1990, 1985.

IV. EXÁMENES

Se realizarán dos exámenes durante el cuatrimestre, a mediados del cuatrimestre y al final. El primero valdrá 32% y el segundo 48% por lo que, ambos exámenes supondrán el 80% de la nota final. El examen final cubrirá todo el material incluido en el cuatrimestre.

V. RESÚMENES

Se considera fundamental para aprovechar el curso, la lectura atenta de todos los capítulos y artículos incluidos en éste temario. En éste sentido, se asume que los alumnos dedicarán tiempo para la lectura de los capítulos del libro de texto y de los distintos artículos que correspondan en la medida en que se va desarrollando la asignatura. Todo ello, a fin de poder participar en la discusión de los mismos durante el tiempo de clase. Con el objeto de comprobar que las lecturas has sido hechas, se pedirá a los alumnos que entreguen resúmenes de las mismas con una extensión máxima de un folio por ambas caras.

VI. EVALUACION

La nota mínima para aprobar es 5.00. La nota final es el resultado de sumar el promedio de las notas obtenidas en los exámenes y los puntos acumulados por la entrega de resúmenes (porcentaje de resúmenes entregados sobre el total). El profesor se reserva el derecho de alterar el orden y la cantidad de artículos a ser leídos durante el curso. Se valorará la asistencia y participación de los alumnos en clase.

CONTABILIDAD DE GESTION I

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de la asignatura de Contabilidad de Gestión I consiste en el estudio de la Contabilidad como sistema de información encaminado a la toma de decisiones racionales en la empresa. Para ello, el enfoque adoptado trata de hacer incipiente en la importancia de los aspectos metodológicos básicos que subyacen en los distintos sistemas de costes, frente a la mera descripción de los mismos. A lo largo del programa 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. Todo ello permitirá al alumno desarrollar criterios propios para diseñar aquel sistema de costes que responda mejor a las necesidades de cada empresa de acuerdo con sus circunstancias específicas.

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.
- 6.5. Modificaciones al sistema de costes completo: Coste Normal.

TEMA 7. Acumulación de costes: procesos.

- 7.1. Los procesos como portadores de costes.
- 7.2. Problemática de la producción en curso.
- 7.3. Variación de costes unitarios.
- 7.4. Producción equivalente.
- 7.5. Flujo de información.

TEMA 8. Acumulación de costes: órdenes de trabajo o pedido.

- 8.1. La orden de trabajo como portador de costes.
- 8.2. Problemática de los costes directos.
- 8.3. Problemática de los costes indirectos.

8.4. Flujos de información.

TEMA 9. Producción conjunta.

9.1. Procesos de producción conjunta.

9.2. Costes conjuntos y comunes.

9.3. Métodos de asignación de costes conjuntos.

9.4. Comparación de métodos y toma de decisiones.

9.5. Asignación de costes y centros de responsabilidad.

III. BIBLIOGRAFIA

- Asociación Española de contabilidad y administración de empresas. "*Documentos emitidos por la comisión de contabilidad de gestión*". AECA. Madrid.
- Ripoll, V. (Coord.) "*Introducción a la contabilidad de gestión. Cálculo de costes*". McGraw-Hill, Madrid, 1993
- Broto Rubio, J. "*Fundamentos de contabilidad de gestión*". Universidad de Zaragoza. Zaragoza, 1992.
- Montesinos Julve, V. y Broto Rubio, J. "*Ejercicios y soluciones de contabilidad de costes*". Ariel, Madrid, 1989.
- Horngren "*Contabilidad de costos. Un enfoque de gerencia*". Prentice Hall, México, 1988.
- Blanco Ibarra, F. "*Contabilidad de Costes y de Gestión para la excelencia empresarial*", Ediciones Deusto, Bilbao, 1993.
- Rosanas, J.M. y otros "*Costes Relevantes para la Toma de Decisiones*". Biblioteca de Gestión, 1997.

IV. EXAMENES

Características generales de los exámenes: el examen final consta de dos pruebas:

a) Cuestiones conceptuales: Preguntas tipo test y cortas.

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

Criterios de evaluación: la calificación final es la media de las calificaciones obtenidas en las partes anteriores. Para aprobar la asignatura es necesario superar ambos exámenes con una nota no inferior a 5.

TECNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION I

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se pretende que los alumnos sean capaces de especificar y estimar un modelo econométrico, y a su vez aplicarlo al análisis de problemas concretos en el campo de la empresa.

Esto supone conocer distintos métodos de estimación, las propiedades deseables y los criterios para evaluar la bondad de los modelos.

II. CONTENIDO

1. MODELO DE REGRESIÓN LINEAL GENERAL. Hipótesis básicas. Estimador de mínimos cuadrados ordinarios. Coeficientes de correlación simple y parcial. Cambios de escala. Medidas de bondad del ajuste. Interpretación y ejemplos.

2. CONTRASTE DE HIPOTESIS. Tres procedimientos: estadísticos de Wald, Razón de Verosimilitud y multiplicadores de Lagrange. Estimador de mínimos cuadrados restringidos. Ejemplos.

3. CONTRASTE DE ESTABILIDAD Y VARIABLES FICTICIAS. Contraste de Chow. Variables ficticias aditivas y multiplicativas. Ejemplos.

4. MULTICOLINEALIDAD. Concepto y consecuencias. Análisis de componentes principales. Ejemplos.

5. ERRORES DE ESPECIFICACIÓN. Selección de variables. Problema de variables omitidas. Problema de variables irrelevantes. No linealidad.

6. MATRIZ DE VARIANZAS Y COVARIANZAS NO ESCALAR. Consecuencias. Heterocedasticidad. Autocorrelación.

III. BIBLIOGRAFIA

- NOVALES, A. "*Econometria*". Mc Graw-Hill, (2ª ed.) 1993.

- PINDYCK, R.S. & RUBINFELD, D. L . "*Econometrics Models and Economic Forecasts*". Mc Graw-Hill (3ª ed.), 1991.

IV. EVALUACION

- a. Trabajo en grupo y entrega de ejercicios: 15%
- b. Examen parcial: 15%
- c. Examen práctico: 20%
- d. Examen teórico: 50%

V. TRABAJOS

Objetivo: a elegir entre:

1. Análisis de componentes principales
2. Análisis de la relación lineal entre dos o más variables

Características:

- Grupos de 3 personas

CONTABILIDAD DE LAS SOCIEDADES

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura supone una introducción al sistema contable español y su normativa: el circulante. El inmovilizado. Los ingresos y gastos y su valoración. Además, se trata la financiación básica de la empresa y las diferentes situaciones en las que ésta se puede hallar, desde el punto de vista de la Contabilidad.

I. CONTENIDO

CAPITULO 1. LOS PRINCIPIOS CONTABLES Y NORMATIVA CONTABLE ESPAÑOLA.

1. Los principios de contabilidad generalmente aceptados.
2. Normalización contable española.
 - Código de comercio.
 - Ley de Sociedades Anónimas.
 - Ley de Auditoría
 - Plan General de contabilidad.
3. Principios de contabilidad de la AECA.

CAPITULO 2. LAS NORMAS DE VALORACION (1). EL CIRCULANTE.

1. Desarrollo de los principios contables.
2. Clientes proveedores, acreedores y deudores de tráfico.
3. Existencias.

CAPITULO 3. LAS NORMAS DE VALORACION (2). EL INMOVILIZADO.

La valoración del Inmovilizado.

1. La valoración del Inmovilizado material.
 - Referencia a las subvenciones de capital.
2. La valoración del Inmovilizado inmaterial.
3. La valoración del Inmovilizado financiero.
4. Los gastos de establecimiento.

CAPITULO 4. LAS NORMAS DE VALORACION (3). INGRESOS Y GASTOS.

1. Compras y gastos.
2. Ventas e ingresos.
3. Diferencias en cambio en moneda extranjera.
4. Impuesto sobre sociedades.

CAPITULO 5. LA FINANCIACION BASICA EN LA EMPRESA (1).

Los recursos propios: fundación, ampliación y reducción de capital.

1. Clases de sociedades: S.A., S.L., otras sociedades.
2. Otras entidades: Fundaciones, asociaciones.
3. La Fundación de sociedades.
 - 3.1. Fundación de la sociedad anónima.
 - a) Constitución y personalidad
 - b) Suscripción y desembolso
 - c) Procedimiento de fundación
 - 3.2. Fundación simultánea o por convenio.
 - a) Fundación sucesiva.
 - b) Contabilidad de la fundación sucesiva.
 - 3.3. Problemática de accionistas morosos.
 - 3.4. Aportaciones no dinerarias.
4. Las acciones.
 - 4.1. La acción.
 - a) La acción como parte del capital social.
 - b) La acción como valor negociable.
 - c) La acción como expresión o fundamento de la condición de socio.
 - 4.2. Clases de acciones.
 - 4.3. Valoración de acciones.
5. Interpretación del concepto del patrimonio contable.¹
6. La ampliación de capital.
 - 6.1. Los derechos preferentes de suscripción.
 - 6.2. La prima de emisión de acciones.
7. La reducción de capital.
 - 7.1. Oposición de acreedores.
 - 7.2. Contabilidad de las reducciones de capital

¹ Art. L.C. y resolución ICAC, año 97.

- 7.3. Reducción por imperativos legales.
- 8. Operaciones con acciones propias.

CAPITULO 6. LA FINANCIACION BASICA EN LA EMPRESA (2). LOS EMPRESTITOS.

Los empréstitos

- 1. La emisión de obligaciones.
- 2. Clases de obligaciones.
- 3. La amortización de obligaciones.
- 4. Las obligaciones convertibles.

Otras fuentes de financiación ajenas a largo plazo

- 1. Fianzas, depósitos, leasing, préstamos y créditos...
 - Garantías y avales.

CAPITULO 7. LAS CUENTAS ANUALES.

- 1. El Balance de situación.
- 2. La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- 3. La Memoria.

CAPITULO 8. SITUACIONES DE INSOLVENCIA, DISOLUCION Y LIQUIDACION DE SOCIEDADES.

- 1. Suspensiones de pagos.²
- 2. Quiebra.
- 3. Causas de disolución.
- 4. Contabilidad de la liquidación.

CAPITULO 9. FUSIONES Y ESCISIONES DE SOCIEDADES ANONIMAS.

- 1. El efecto sinergia en las fusiones de empresas.
- 2. Operaciones anteriores al acuerdo de fusión.
- 3. Clases de fusiones.
- 4. Ofertas públicas de compras de acciones y obligaciones convertibles (OPAS)
- 5. Las fusiones en la Ley de Sociedades Anónimas.
- 6. Métodos de valoración y relación de intercambio.
- 7. Escisiones de Sociedades Anónimas.

ECONOMIA REGIONAL

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo fundamental que se pretende alcanzar es que los alumnos descubran la importancia de la Economía y la Política Regional dentro de la Unión Europea. Para lograrlo, el curso tratará de familiarizar a los alumnos con los conceptos básicos de la Economía Regional, los métodos de análisis, planificación y evaluación más utilizados y la situación de la Economía española en el marco europeo. El enfoque de la asignatura es analítico y práctico a la vez, lo que exigirá una continua participación de los asistentes.

II. CONTENIDO

A. ANALISIS ECONOMICO REGIONAL

1. Introducción.
2. Análisis regional vs. economía regional
3. Economía regional y análisis económico de las disparidades regionales
4. Revisión de métodos de análisis de la economía regional

B. POLITICA ECONOMICA REGIONAL: CONCEPTOS GENERALES

1. Objetivos
2. Estrategias e instrumentos
3. Medición de los efectos: evaluación

C. POLITICA REGIONAL EUROPEA

1. Conceptos previos.
2. Política regional y transferencia de competencias
3. Impacto regional de los procesos de integración
4. Disparidades regionales en la unión europea
5. Política regional a nivel europeo
6. Elementos analíticos de una política regional comunitaria: enfoque FLEUR y PROFILE
7. Evaluación de la política regional comunitaria

D. POLITICA REGIONAL ESPAÑOLA

1. Disparidades
2. Política regional española
3. Referencia especial al caso de Navarra

E. POLITICA REGIONAL EN EL MUNDO

1. Política regional en otros países industrializados (Estados Unidos, Australia y Canadá)
2. Política regional en los países en desarrollo y menos desarrollados

III. BIBLIOGRAFIA

No se utilizará ningún libro como manual. Para consulta y ampliación los libros más importantes son:

En inglés:

- Higgins, Benjamin y Savoie, Donald J. (1995): "Regional Development Theories and Their Application", Transaction Publishers.
- Armstrong, Harvey y Taylor, Jim (1993): "Regional Economics and Policy", Ed. Philip Allan.

En castellano:

- Cuadrado Roura, Juan R. (1998): "Convergencia regional en España. Hechos y perspectivas".
- ICE (mayo 1997), Num. 762: "Convergencia vs. divergencia regional".

IV. EVALUACION

La nota final se compondrá de tres partes:

- a) Trabajo de investigación: 40%
- c) Examen parcial: 20%
- c) Examen final: 40%

ANALISIS DE DATOS MULTIVARIANTES

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Estudio de los fundamentos teóricos y la aplicación práctica de las técnicas de Análisis de Datos Multivariantes habitualmente usadas en aplicaciones enfocadas a los temas de Investigación Comercial y de Mercados.

II. CONTENIDO

A. FUNDAMENTOS TEORICOS

1. Introducción general.
 - 1.1. Panorama de las técnicas de Análisis de Datos Multivariantes aplicadas a la Investigación Comercial.
 - 1.2. Variables y escalas de medida.
 - 1.3. Distancias y Similaridades.

2. Métodos de representación simplificada de datos.
 - 2.1. Resultados generales.
 - 2.2. Componentes Principales.
 - 2.3. Análisis factorial de correspondencias.

3. El análisis de factores comunes y específicos.

4. Clasificación.
 - 4.1. Análisis de grupos (cluster)
 - 4.2. Análisis discriminante

5. Escalas multidimensionales.

6. Análisis de preferencias.

7. Análisis CHAID (Chi-squared Automatic Interaction Detection).

B. SUPUESTOS PRACTICOS

Será fundamental el estudio y resolución de diversos supuestos prácticos aplicados a temas de investigación comercial que utilicen los conceptos teóricos desarrollados. Estos supuestos exigirán la utilización de programas de ordenador adecuados especialmente del programa SPSS.

III. BIBLIOGRAFIA

BASICA PARA FUNDAMENTOS TEORICOS

- Abascal, E. y Grande, I. *"Métodos Multivariantes para la investigación comercial"*, Ariel Economía, 1989.
- Abascal, E. y Grande, I. *"Fundamentos y Técnicas de Investigación comercial"*, ESIC, 1994.
- Dillon, W.R. y Goldstein, M. *"Multivariate Analysis"*, Wiley & Sons, 1984.

BASICA PARA SUPUESTOS PRACTICOS

- Abascal, E. y Grande, I. *"Aplicaciones de investigación comercial"*, ESIC, 1994.
- Múgica Grijalba, J.M. *"Los modelos multiatributo en marketing. El Análisis Conjunto"*, IPMARK, N° 324/16-28 Febrero de 1988, páginas 64-67.
- Santesmases Mestre, M. *"DYANE: diseño y análisis de encuestas en investigación social y mercados"*, Pirámide, Madrid, 1997.

COMPLEMENTARIA

- Miquel, S. & Bigné, E. & Lévy, J.P & Cuenca, J.C. & Miguel, M.J; *"Investigación de Mercados"*, McGraw Hill, Madrid, 1997.
- Hair & Anderson & Tatham *"Multivariate data Analysis with readings"*, McMillan 1990 y 1978.
- Lebart, L. & Morineau, A. & Fenelon, J.P. *"Tratamiento estadístico de datos"*, Marcombo y Boixareu, 1985.
- Mardia, K. *"Multivariate Analysis"*, Academic Press, 1979.
- Cuadras Avellana, C.M. *"Métodos de Análisis Multivariante"*, EUNIBAR, Barcelona, 1981.

IV. TRABAJOS DE INVESTIGACION

Voluntariamente y a lo largo del cuatrimestre los estudiantes podrán realizar un trabajo de aplicación de las técnicas estudiadas a datos de un problema real de investigación de mercados. En ese caso, los datos deberá conseguirlos el alumno interesado.

V. EXAMENES

El examen final constará de las partes siguientes:

- a) Una a realizar en el aula y que tendrá dos apartados: 1) un test con preguntas sobre diversos aspectos de los conceptos teórico-prácticos expuestos a lo largo del desarrollo de la asignatura, 2) preguntas de interpretación de resultados de los análisis de los diversos contenidos explicados.

- b) Una parte práctica a realizar con ordenador que tratará de evaluar el nivel de dominio de las técnicas de análisis de datos así como de los programas de ordenador que las tratan.

- c) De realizarse el trabajo de investigación aludido en el apartado IV se valorarán adecuadamente sus conclusiones.

ECONOMETRIA II

Troncal en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se pretende que los alumnos sean capaces de analizar la evolución de una serie temporal y predecir su comportamiento futuro. Para ello aprenden a identificar qué proceso estocástico ha generado una determinada serie temporal, estimar sus parámetros y juzgar la validez del modelo. Se hará especial hincapié en la aplicación práctica de las técnicas de series temporales para el análisis y predicción de variables económicas reales.

II. CONTENIDO

1. MODELOS UNIVARIANTES DE SERIES TEMPORALES. DEFINICIONES PREVIAS.

Procesos estocásticos y series temporales. Procesos estocásticos estacionarios Ergodicidad. Las funciones de autocovarianza y autocorrelación. Función de autocorrelación parcial. Proceso de ruido blanco.

2. PROCESOS ESTOCASTICOS LINEALES.

La descomposición de Wold. Procesos autorregresivos AR(p). Procesos de medias móviles MA (q). Estacionariedad e invertibilidad. Procesos mixtos ARMA (p,q).

3. PROCESOS ESTOCASTICOS NO ESTACIONARIOS.

Paseo aleatorio. Proceso de alisado exponencial simple. Procesos ARIMA (p,d,q). Propiedades e interpretación económica. Ejemplos.

4. PROCESOS ESTOCASTICOS ESTACIONALES.

Modelos estacionales de medias móviles. Modelos estacionales autorregresivos. Modelos estacionales mixtos y modelos estacionales no estacionarios. Modelos estacionales multiplicativos.

5. METODOLOGIA DE BOX-JENKINS (I). IDENTIFICACION

Análisis de la estacionariedad. Identificación de procesos estacionarios subyacentes a series temporales no estacionales. Identificación de procesos estacionarios subyacentes a series temporales estacionales. Ejemplos.

6. METODOLOGIA DE BOX-JENKINS (II). ESTIMACION Y DIAGNOSIS.

Estimación. Problemas y métodos. Diagnóstico de residuos. Contrastes de normalidad. Sobrediferenciación y sobreparametrización.

7. METODOLOGIA DE BOX-JENKINS (III). PREDICCIÓN.

Predicador de mínimo error cuadrático medio. Error de predicción. Predicción por intervalo. Propiedades.

III. BIBLIOGRAFÍA

- Aznar, A. "Métodos de predicción en Economía II. Análisis de series temporales". Ariel Economía, 1993.
- Novales, A. "Econometría", McGraw-Hill, (2ª ed.), 1993.
- Peña, D. "Estadística". Modelos y métodos", Alianza Universidad Textos, Cap. 15, 1989.
- Pindyck, R. Y Rubinfeld, D.L. "Econometric Models & Economic Forecasts", (3ª edición), 1991.

IV. EVALUACION

- a. Trabajo en grupo y entrega de ejercicios: 15%
- b. Examen parcial: 15%
- c. Examen práctico: 20%
- d. Examen teórico: 50%

V. TRABAJOS

Objetivo: análisis univariante y modelización de series temporales de naturaleza económica.

Características:

- Grupos de 3 personas
- Variables: mínimo de tres variables, con 40 observaciones
- Entrega de un resumen con las variables a analizar y los componentes del grupo: Marzo.
- Fecha límite de entrega y presentación: mediados de Mayo.

ECONOMIA APLICADA II

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Familiarizar al alumno con los aspectos monetarios de la economía internacional. Además de exponer las teorías que explican el comportamiento de los tipos de cambio, se elabora un modelo general para el estudio de las cuestiones de mayor relevancia y actualidad en el diseño de las políticas económicas.

II. CONTENIDO

Introducción

1. Introducción al Mercado de Divisas.
2. Mercados Financieros "Offshore".
3. Transacciones Internacionales y Balanza de Pagos.
4. Sistema Monetario Internacional.

Base Analítica

5. Un Modelo Sencillo.
6. Análisis del Corto y el Largo Plazo.
7. Análisis con Tipos de Cambio Fijos.

Aplicaciones

8. Tipos de Cambio Flexibles frente a Tipos de Cambio Fijos.
9. Unión Monetaria Europea.
10. Coordinación Internacional de las Políticas.

III. BIBLIOGRAFÍA

- McCallum, B.T. *"International Monetary Economics"*. Oxford University Press, 1996.
- Levich, R. M. *"International Financial Markets"*, Irwin McGraw-Hill, 1998.
- *Lecturas de Economía Aplicada II*.

IV. EVALUACION

Participación en clase, 15%. Parcial, 30%. Trabajo, 25%. Examen final, 30%.

ECONOMIA DEL SECTOR PUBLICO II

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Con esta asignatura se pretende la comprensión de los principios y conceptos que fundamentan la tributación contenidos en la Constitución y en la Ley General Tributaria (nuestro Código Fiscal), así como la concreción de los citados conceptos en dos grandes impuestos: sociedades y valor añadido, con el fin de familiarizarse con la mecánica liquidatoria de una manera coherente y fundada.

II. CONTENIDO

PARTE I. INTRODUCCION AL ORDENAMIENTO FISCAL EN ESPAÑA.

1. Los principios financieros y tributarios reconocidos en la Constitución Española (CE) de 1978.
2. La Ley General Tributaria (LGT).

PARTE II. EL REGIMEN FISCAL BASICO DE LA EMPRESA.

3. El Impuesto sobre Sociedades (I). Delimitación del tributo.
4. El Impuesto sobre Sociedades (II). La determinación de la base imponible.
5. El Impuesto sobre Sociedades (III). Cálculo de la deuda tributaria.
6. El Impuesto sobre el Valor Añadido (I).
7. El Impuesto sobre el Valor Añadido (II).
8. El Impuesto sobre el Valor Añadido (III).
9. El Impuesto sobre el Valor Añadido (IV).
10. El Impuesto sobre el Valor Añadido (V).

III. BIBLIOGRAFIA

- Albi Ibañez, E. y García Ariznavarreta, J. L.: "*Sistema Fiscal Español*". Edición 1998-99, (12ª ed.) Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1998.
- Dizy Menéndez, D., De Lara Pérez, A., Ruiz Cañete, O. y Tobes Portillo, P. "*Supuestos de Sistema Fiscal Español*". Actualidad Editorial, S.A., 1996.

IV. EVALUACION

El examen de la asignatura constará de tres partes. En la primera habrá que contestar una serie de preguntas de verdadero o falso (las contestaciones equivocadas cuentan negativamente). El peso de esta primera parte sobre el total de la calificación será en torno al 40%. La segunda parte constará de un grupo de preguntas breves y su ponderación en la calificación será en torno al 30%. En la tercera y última parte habrá que contestar a cuestiones amplias, alguna de las cuales puede consistir en la resolución de un caso práctico.

MICROECONOMIA IV

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se trata de estudiar el comportamiento estratégico de las empresas dentro de las diversas estructuras de la industria, la eficiencia de los mercados y las ventajas/desventajas de la intervención gubernamental desde el punto de vista microeconómico. En concreto, algunas de las cuestiones que se intentan responder son: si las fusiones son convenientes, si es probable que las empresas bajen los precios para evitar la entrada, si una mayor información sobre los precios mejora la competencia, si las leyes antimonopolio son efectivas, si la regulación por parte del gobierno hace más mal que bien, etc.

II. CONTENIDO

1. Introducción

- a) Cuestiones centrales en Economía industrial
- b) Posiciones de escuela
- c) El paradigma Estructura–conducta–Resultados

2. Estructura de mercado

- a) La definición del mercado
- b) Medidas de concentración
- c) Medidas de volatilidad

3. Modelos de oligopolio

- a) Algunos modelos iniciales
- b) El modelo de Cournot
- c) El modelo de Bertrand
- d) El modelo de Stackelberg
- e) Modelos dinámicos

4. *Poder de mercado*

- a) Análisis dinámico
- b) Estructura de mercado y colusión
- c) Colusión y factores institucionales
- d) Estimación del poder de mercado

5. *Barreras de entrada*

- a) Barreras tecnológicas
- b) Barreras estratégicas
- c) Libre entrada y bienestar
- d) Entrada en mercados competitivos

6. *Fusiones y adquisiciones*

- a) Fusiones horizontales
- b) Integración vertical
- c) La maximización del beneficio

7. *Discriminación de precios*

- a) Discriminación espacial y temporal
- b) Tarifas en dos partes
- c) Otros ejemplos

8. *Diferenciación de productos*

- a) Información imperfecta
- b) Costes de cambio de producto
- c) Diferenciación horizontal y vertical
- d) Publicidad

9. *Investigación y desarrollo*

- a) Estructura de mercado e incentivos a la investigación
- b) Dinámica de competencia
- c) Incentivos privados y bienestar social

10. *Política industrial, política de competencia y regulación*

- a) Política industrial
- b) Política de competencia
- c) Regulación de mercados
- d) Regulación de empresas

III. BIBLIOGRAFÍA

- Cabral, L., "*Economía Industrial*", McGraw-Hill, 1994.
- Carlton D. & Perloff, J., "*Modern Industrial Organization*", (2nd ed.), HarperCollins, 1994.
- Martin, S., "*Industrial Economics*", Mcmillan, 1994.
- Scherer, F., "*Industrial Market Structure and Economic Performance*", (3ª Ed.) Houghton Mifflin, 1990.
- Viscusi, W.K., Vernon, J.M., & Harrington, J.E.Jr., "*Economics of regulation and antitrust*", D.C. Heath and Company, 1992. Hay una nueva edición de 1995.
- Tirole, J. "*La teoría de la organización industrial*", Ariel, 1990.

IV. EXÁMENES

Habrá un único examen final consistente en cuestiones similares a las que se han ido desarrollando durante el curso.

V. TRABAJOS

Existe la posibilidad de hacer trabajos. El trabajo se puede hacer en equipo, pero siempre habrá un examen personal y oral sobre dicho trabajo.

DIRECCION FINANCIERA II

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Obligatoria en 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.
- Brealey, R. y S. Myers. *"Fundamentos de Financiación Empresarial"*. McGraw-Hill (4ª Ed.), 1993.
- Van Horne, J. *"Administración Financiera"*, Prentice Hall, 1986.
- Weston, A. y Copeland, T. *"Managerial Finance"*, Addison Wesley.
- González Catalá, V.J. *"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

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Partiendo de la visión global sobre el campo del marketing que el alumno debe haber obtenido después de haber asistido al curso de Dirección Comercial I, se pretende que los estudiantes de Dirección Comercial II profundicen en aquellos temas del marketing que se consideran de mayor relevancia hoy en día. Por ello, el curso de Dirección Comercial II estará organizado en torno a los siguientes temas: Comportamiento del consumidor, marketing de servicios e investigación comercial.

II CONTENIDO

1. 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.

2. 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"

3. Investigación de Mercados

Muestreo. Conceptos de medición. Diseño de cuestionarios. Métodos estadísticos básicos. Métodos estadísticos Multivariados (de dependencias y de interdependencias). Presentación de resultados de una investigación.

III BIBLIOGRAFÍA

- Schouten J.W. and McAlexander J.H. "Subcultures Of Consumption: An Ethnography Of The New Bikers ". Journal Of Consumer Research. Vol. 22. June, 1995.

- Petty, R. E. and Cacioppo, J. T. "Addressing Disturbing And Distrubed Consumer Behavior: It's Necessary To Chang The Way We Conduct Behaviroal Science?"
- Plummer J. T. " The Concept And Application Of Life Style Segmentation" Journal Of Marketing, Vol.38, January. (33-37), 1974.
- Milliman, R.E. "Using Background Music To Affect The Behavior Of Supermarket Shoppers", Journal Of Marketing Vol.46. Summer. (86-89), 1982.
- Shostack, L.G. "Breaking Free from Product Marketing" Journal of Marketing. April, 1977.
- Levitt, T. "El Marketing de lo Intangible en Bienes y Servicios" President and Felows of Harvard College, Publicado Anteriormente En Harvard Business Review con el Título "Marketing Intangible Products And Product Intangibles", 1982.
- Lovelock C. H.(1983) "Classifing Services To Gain Strategic Marketing Insigts" Journal Of Marketing Vol.47, Summer. (9-20), 1983.
- Pfeffer, J. "Commpetitive Advantage Through People" California Management Review, Winter 1994
- Pfeffer, J. "Producing Sustainable Competitive Advantage Through The Effective Management Of People". Academy of Management Executive, 1994.
- Pine, J., Peppers, D. and Rogers, M. "Do You Want To Keep Your Customers Forever?" Harvard Business Review. March - April., 1995.
- Porter, M. and Millar, V. E. "Como Obtener Ventajas Cometitivas Por Medio De La Informacion". Harvard-Deusto Business Review. Primer Trimestre, 1986.
- Reichheld, F. and Earl Sasser, W. "Zero Defections: Quality Comes To Services". Harvard Business Review. September - October, 1990.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithamland L.L. Berry "A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research". Journal Of Marketing. Vol. 49 N° 4, 1985.
- Berry, L., A. Parasuraman and V. Zeithamal. "Improving Service Quality In America: Lessons Learned." Academy of Management Executive. Vol. 8, N° 2, 1994.
- Ortega Martinez, E. "Panorma De La Investigacion Comeracial En España A Comenzos De La Decada De Los 80" Investigacion Y Marketing. N° 4. Noviembre. O.190.580, 1980.
- Duch Martorell, C. "La Investigacion Comeracial En Las 2000 Primeras Empresas Españolas". Marketing Actualidad. Agosto - Septiembre, 1985.
- Calder, B. J. "Focus Groups And The Nature Of Qualitative Marketing Research". Journal Of Marketing Research. Vol 14, N° 3. Agosto., 1977.
- Barnard, P. "Nuevas Tendencias en la Investigacion Mundial: Principales Tendencias generales en la oferta, metodos, utilizacion y usuarios". Investigacion y Marketing. N° 43, 1993.
- Beerli Palacio, A. "La metodologia cientifica del marketing y sus diferentes orientaciones". Investigacion y Marketing. N° 43, 1993.

Servirán como consulta, los siguientes libros:

- Solomon, M. R. "*Comportamiento del consumidor*". Prentice Hall, 1997.
- Santesmases Mestre, M. "*Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*". Ed. Pirámide.1997.
- Weiers, Ronald M. "*Investigación de mercados*". Prentice-Hall, 1986.

IV. EXÁMENES

Se realizará dos exámenes durante el cuatrimestre, a mediados del cuatrimestre y al final. El primero valdrá 32% y el segundo 48% por lo que, ambos exámenes supondrán el 80% de la nota final. El examen final cubrirá todo el material incluido en el cuatrimestre.

V. RESÚMENES

Se considera fundamental para aprovechar el curso, la lectura atenta de todos los capítulos y artículos incluidos en éste temario. En éste sentido, se asume que los alumnos dedicarán tiempo para la lectura de los capítulos del libro de texto y de los distintos artículos que correspondan en la medida en que se va desarrollando la asignatura. Todo ello, a fin de poder participar en la discusión de los mismos durante el tiempo de clase. Con el objeto de comprobar que las lecturas has sido hechas, se pedirá a los alumnos que entreguen resúmenes de las mismas con una extensión máxima de un folio por ambas caras.

VI. NOTA FINAL

La nota mínima para aprobar es 5.00. La nota final es el resultado de sumar el promedio de las notas obtenidas en los exámenes y los puntos acumulados por la entrega de resúmenes (porcentaje de resúmenes entregados sobre el total). El profesor se reserva el derecho de alterar el orden y la cantidad de artículos a ser leídos durante el curso. Se valorará la asistencia y participación de los alumnos en clase.

VII. INFORMACIÓN ADICIONAL

A lo largo del curso se mostrarán algunos videos. En el curso 96/97 se proyectaron videos sobre publicidad (Festival de Cannes 1995 y 1996, Festival de publicidad de San Sebastián 1995), sobre comportamiento del consumidor, y sobre técnicas de venta.

Finalmente, a lo largo del curso se invitarán a diferentes directivos y empresarios a clase a fin de que los alumnos tengan oportunidad de conocer a profesionales relacionados

con el área del marketing. Durante los últimos 3 cursos, han intervenido, entre otras, las siguientes personas:

- D. Manuel López Merino. Director General. Caja Pamplona.
 - D. Juan Pérez Miranda, Director General. Hospital Infanta Cristina.
 - D. José Ramón Pamies, Director General. LAN/Air Truck.
 - D. Juan Cañada. Banco Santander
 - D. Francisco Javier Rivas Bacaicoa. Director Regional. MAPFRE
 - D. Ralf Schechermann. Director General. Liebherr Industrias Metálicas.
 - D. Francisco Cartaña. Director General. Roy Integral Consulting
 - D. Xavier Oliver. Director General. Tiempo-BBDO.
 - D. José Nuñez Cervera. Director General. Coca Cola España.
- Cuñada de Ricardo Perez Merino (Cerveza)
Angel Sola. Director de Industria y Turismo. Gobierno de Navarra
Juan Perez Miranda
El consultor de Pamplona que hablo sobre modelos de calidad en servicios

CONTABILIDAD DE GESTION II

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de la asignatura consiste en avanzar en el estudio y análisis de los conceptos fundamentales de la contabilidad de gestión. En el estudio de los criterios a seguir en la toma de decisiones empresariales y a la aplicación prácticas de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso con la presentación de un proyecto.

II. CONTENIDO

PARTE 1. Presupuestación.

Introducción a los conceptos fundamentales de la presupuestación. Estudio de casos reales y aplicación a un proyecto con apoyo informático.

1. El presupuesto como herramienta de la planificación.
2. El proceso presupuestario. Presupuesto Maestro.
3. Tipos de Presupuestos:
 - 3.1. Criterios Temporales.
 - 3.2. Criterios de Formalización.

PARTE 2. Toma de decisiones.

Estudio de las herramientas básicas para la toma de decisiones en la empresa. Análisis de decisiones tales como:

1. Selección de productos.
2. Definición de Programa de producción en función de Recursos Escasos.
3. Selección de nuevas inversiones:

PARTE 3. Análisis de desviaciones.

Técnicas de Control sobre presupuestos y actividad real de la empresa. Cálculo de las desviaciones acaecidas e identificación de responsabilidades.

1. Desviaciones económicas y técnicas en Costes Directos.
2. Desviaciones económicas y técnicas en Costes Indirectos.
 - 2.1. Modalidad I: Desviación en Presupuesto, Actividad y Rendimiento.
 - 2.2. Modalidad II: Desviación en Presupuesto, Volumen y Eficiencia.

III. BIBLIOGRAFIA

- Asociación Española de contabilidad y administración de empresas. "*Documentos emitidos por la comisión de contabilidad de gestión*". AECA, Madrid.
- Rosanas, J.M., Ballarín, E. y Grandes, M.J. "*Sistemas de planificación y control*". Biblioteca de gestión, 1989.
- Alvarez López, J. y otros "*Contabilidad de Gestión Avanzada*", McGraw Hill, 1995.

IV. EVALUACION

La calificación final de la asignatura se obtendrá de la ponderación de:

- Examen final de Junio con una ponderación del 80%.
- Elaboración de un proyecto a lo largo del semestre cuya ponderación será del 20%. La entrega será condición indispensable para superar la asignatura.

TECNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION II

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se pretende que el alumno conozca dos nuevas técnicas econométricas: el análisis de series temporales y los modelos con variables dependientes cualitativas. El curso tendrá un carácter inminentemente práctico, que se conseguirá mediante la aplicación del análisis de series temporales a la predicción de variables financieras y los modelos de elección discreta al análisis de datos de encuesta.

II. CONTENIDO

PARTE I. ANALISIS UNIVARIANTE DE SERIES TEMPORALES.

1 Modelos univariantes de series temporales. Definiciones previas.

Procesos estocásticos y series temporales. Procesos estocásticos estacionarios. Las funciones de autocovarianza y autocorrelación. Función de autocorrelación parcial. La descomposición de Wold. Procesos estocásticos lineales. Procesos ARMA (p,q).

2 Procesos estocásticos no estacionarios homogéneos.

Paseo aleatorio. Proceso de alisado exponencial simple. Propiedades e interpretación económica. Ejemplos.

3 Procesos estocásticos estacionales.

Modelos estacionales estacionarios y no estacionarios. Modelos estacionales multiplicativos. Ejemplos e interpretación.

4 Metodología de Box-Jenkins.

Análisis de la estacionariedad en media y varianza. Identificación. Estimación. Diagnóstico de los coeficientes y residuos. Predicción puntual y por intervalo. Ejemplos.

PARTE II. VARIABLES DEPENDIENTES CUALITATIVAS.

5 Modelos de elección discreta. Una introducción.

Datos de encuesta a individuos o empresas. Modelos de elección binaria. Ejemplos.

6 El modelo lineal de probabilidad.

Estimación. Ejemplos.

7 Las decisiones de los individuos por medio de indicadores.

Los modelos probit y logit. Ejemplos.

III. BIBLIOGRAFIA

- Aznar, A. *"Métodos de predicción en Economía II. Análisis de series temporales"*. Ariel Economía, 1993.
- Novales, A. *"Econometría"*. Mc Graw-Hill, (2ª ed.), 1993.
- Peña, D. *"Estadística II: Modelos lineales y Series Temporales"*. Alianza Editorial, (1992).
- Pindyck, R. S & RUBINFELD, D.L. *"Econometrics Models and Economic Forecasts"*. McGraw-Hill, (3th ed.), 1991.

IV. EVALUACION

- a. Trabajo en grupo y entrega de ejercicios: 15%
- b. Examen parcial: 15%
- c. Examen práctico: 20%
- d. Examen teórico: 50%

V. TRABAJOS

Objetivo: a elegir entre:

1. Análisis univariante de alguna serie financiera.
2. Tratamiento de variables endógenas cualitativas binarias (datos de encuestas a individuos o empresas).

Características:

- Grupos de 3 personas
- Variable: mínimo, 40 observaciones
- Entrega de un resumen con la variable a analizar y los componentes del grupo: 13 de Marzo.
- Fecha límite de entrega y presentación: mediados de mayo.

FUNDAMENTOS DE ANTROPOLOGIA II

Obligatoria en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Obligatoria en ECONOMIA

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 proporcionar un esquema conceptual básico sobre la persona para aplicar a los demás conocimientos de la carrera y transmitir una visión amplia, cultural y sapiencial, abierta a la trascendencia, de la realidad y del sujeto de la acción económica, partiendo de la tradición clásica y las aportaciones del cristianismo.

A través de las clases se desea estudiar la estructura constitutiva del hombre y su relación con el mundo, de manera que sirva para guiar la libertad en orden al desarrollo humano y la convivencia social y transmitir a los alumnos unas referencias de plenitud. Desde esa perspectiva se desarrolla una actitud de búsqueda y aproximación a la realidad del ser del hombre teniendo en cuenta el homo aeconomicus que se encuentra en la base de las distintas corrientes y autores de la ciencia económica; se analiza la función del hombre en las organizaciones e instituciones y se fomenta 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 aplicar el razonamiento antropológico y efectuar un juicio de valor con respecto a la dignidad de la persona humana, de los diferentes sistemas organizativos y conductas empresariales.

II. CONTENIDO

1. El hombre ser relacional. Relaciones interpersonales. Conflictos interpersonales. Su necesidad de comunicarse. 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. 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.

4. 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.

5. Sentido de la sexualidad. 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 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.

6. 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.

7. 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.

8. 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. El desempleo.

9. 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 injusta danmificación y la injusta cooperación. Respeto a todos los seres: ecología de la naturaleza.

10. 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.

11. La debilidad humana. Etapas en la vida profesional y humana; características. Contingencia e indigencia humana. El riesgo y el trabajo. Psicología del dolor. El sufrimiento, la tristeza y el miedo. El dolor y su sentido. La cruz y el sentido cristiano del dolor. El remedio del dolor. La mortalidad humana. Muerte y proyecto. La inmortalidad.

12. Apertura del hombre a la trascendencia. Lo sagrado y el hecho religioso. La ordenación del hombre a Dios. La antropología revelada. La creación. La bondad creada. La Religión. Religión y cultura. El ocultamiento de Dios en nuestro tiempo. Religión y sociedad. El Cristianismo. Dios se revela en Jesucristo. Finalidad de la Encarnación. Jesucristo revela el hombre al hombre. La fe como opción, actitud existencial razonable y libre. El riesgo de la fe. Dificultades para la fe en la cultura actual. La fe como conjunto de misterios. El destino sobrenatural del hombre. La respuesta atea a la trascendencia.

III. EVALUACION

La evaluación final de los alumnos será el resultado de la información que se tenga de la asimilación de los conceptos desarrollados en las lecturas en clase por cada alumno a través de los exámenes parciales y final, informes, trabajos escritos, regularidad y calidad de las intervenciones en clase, bien de modo individual, o como miembro de un grupo de estudio.

DEMOGRAFIA Y ECONOMIA DE LA POBLACION

Optativa en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se trata de introducir al alumno en el análisis demográfico con ejemplos prácticos aplicados al campo de la economía.

En paralelo se explicarán los distintos enfoques teóricos acerca de la relación entre población y economía.

II. CONTENIDO

I PARTE: ANALISIS DEMOGRAFICO

1. Introducción: ¿Qué es una población?. Cohorte y generación. La pirámide de edades. Análisis longitudinal y trasversal. Crecimiento de la población y sus componentes. Familia y hogar.

2. Fecundidad: La nupcialidad y otros determinantes de la fecundidad. El Índice Sintético de Fecundidad (ISF). Los indicadores de Princeton.

3. Mortalidad: ¿Qué es una tabla de mortalidad?. Probabilidad de muerte. Años vividos. Probabilidad de supervivencia. Vida media. Esperanza de vida. Aplicaciones en economía de las tablas de mortalidad.

4. Dinámica de la población: El modelo estable. El modelo estacionario. Aplicaciones empíricas del modelo estable: las proyecciones de población.

II PARTE: MODELOS Y TEORIAS ACERCA DE LA RELACION ENTRE POBLACION Y ECONOMIA.

5. Modelos analíticos: Malthus y el equilibrio entre población y recursos. Boserup y la población como motor del cambio tecnológico. Simon y la población como principal recurso.

6. Modelos analíticos II: La Transición Demográfica.

7. Población y recursos en las sociedades preindustriales: Determinantes históricos de la fecundidad en la Europa pre-industrial. Fluctuaciones de la mortalidad a largo y corto plazo. La caída de la fecundidad en las poblaciones europeas: el Proyecto de Princeton.

8. Revolución industrial y Transición Demográfica: La revisión del modelo de la Transición. Desarrollo económico y mortalidad. Teorías económicas modernas de la fecundidad.

9. Demoeconomía y políticas de población: Población y desarrollo. Consecuencias económicas de la evolución demográfica en los países desarrollados. Consecuencias económicas de la evolución demográfica en los países en vías de desarrollo. Efectos económicos de las migraciones internacionales.

III. BIBLIOGRAFIA

Manuales de análisis demográfico:

- Entremont, A. "Geografía Económica", Madrid, 1998.
- Livi Bacci, M. "Introducción a la demografía", Ariel, Barcelona, 1993.
- Newell, C. "Methods and Models in Demography", Belhaven Press, London, 1988.
- Tapinos, G. "Elementos de demografía", Espasa, Madrid, 1988.

General:

- Boserup, E. "Población y cambio tecnológico", Crítica, Barcelona, 1984.
- Coale, A. - Watkins, S. "The Decline of Fertility in Europe", Princeton University Press, Princeton, 1986.
- Livi Bacci, M. "Historia mínima de la población mundial", Ariel, Barcelona, 1990.
- Malthus, T.R. "Ensayo sobre el principio de la población". Fondo de Cultura Económica, México, edición de 1951.
- Wrigley, E.A. - Schofield, R.S. "The Population History of England 1541-1871". A reconstruction, Edward Arnold, London, 1983.
- Simon, J. "Population Matters. People, Resources, Environment and Immigration", Transaction Publishers, New Brunswick, 1990.
- Simon, J. "El último recurso", Dossat, Madrid, 1986.

NACIMIENTO DEL CAPITALISMO

Optativa en ECONOMÍA

Optativa en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se estudian aquellos fenómenos sociales y económicos que han tenido especial relevancia en la formación del capitalismo moderno. Problemas teóricos en torno al nacimiento del capitalismo moderno. Formación de los grupos sociales burgueses y su papel en la actividad económica. Los primeros empresarios y el espíritu de empresa. Incidencia de las cuestiones religiosas. La ciudad como elemento conformador de la oferta y la demanda. El papel económico del Estado como árbitro de la actividad económica. La vertiente económica del colonialismo y la independencia de América.

II. CONTENIDO

- 1- Revolución industrial y capitalismo. Consideraciones sobre un proceso, sus causas y sus consecuencias (a modo de introducción).
- 2- El espíritu del capitalismo, las formas capitalistas y el espíritu de empresa.
- 3- La burguesía como grupo social emprendedor.
- 4- La burguesía y el individualismo.
- 5- La religión y el desarrollo económico.
- 6- El papel del Estado.
- 7- La vertiente económica del colonialismo y las consecuencias económicas de la independencia.
- 8- España en el siglo XVIII. Las raíces de un retraso.

III. BIBLIOGRAFÍA

- Clough, S.B. y Rapp, T. *"Evolución económica de la civilización occidental"*, Barcelona, 1988.
- Braudel, F. *"La dinámica del capitalismo"* Madrid, 1985.
- Sombart, W. *"El burgués"*, Madrid, 1972.
- González Enciso, A. y otros, *"Historia económica de la España Moderna"*, Madrid, Ed. Actas, 1991

IV. EXÁMENES

Habrá un solo examen al final del curso, comprensivo de toda la materia explicada. Constará de una o varias preguntas amplias, que el alumno deberá responder por escrito.

V. TRABAJOS

Se podrán hacer trabajos bibliográficos sobre alguna cuestión del programa, que se tendrán en cuenta positivamente en la calificación final. Si el número de alumnos lo permitiera, esos trabajos se podrán discutir en el aula, como contenido de las clases prácticas.