

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. EVALUACION

Durante el curso, se van a sustituir los tradicionales problemas por experimentos: situaciones en las que la decisión que tome el alumno influirá en su calificación. Para tener detalles sobre el modo concreto en que los experimentos influyen en la nota puede consultar el documento adjunto.

Modo de evaluar Micro III, que se dará también en papel. Habrá un único examen final. Los problemas de ese examen serán parecidos a los experimentos que se irán desarrollando en clase, sólo que tendrán que buscar la conducta óptima en esa situación.

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.
- 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. EVALUACION

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, (2ª ed.), 1991.
- Hayek, F.A. "*The Use Of Knowledge In Society*". The American Economic Review. Vol. 35, Nº4. 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

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 incapié 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

PARTE PRIMERA: CONCEPTOS FUNDAMENTALES

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.

PARTE SEGUNDA: ANALISIS POR CLASES 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. Las diferencias de inventario.

- 5.1. Concepto y tipología.
- 5.2. Cálculo de la tasa de mermas.
- 5.3. Posibilidades de tratamiento contable
- 5.4. El control de las diferencias de inventario.

TEMA 6. Coste de mano de obra.

- 6.1. Naturaleza del coste de mano de obra.
- 6.2. Objetivos de cálculo: Mano de obra directa e indirecta.
- 6.3. Problemas derivados de la valoración en un sistema de costes históricos.
- 6.4. Asignación del coste de mano de obra.

TEMA 7. Costes indirectos.

- 7.1. Naturaleza de los costes indirectos.
- 7.2. Clasificación y localización de costes indirectos de producción.
- 7.3. Imputación de costes indirectos de producción.
- 7.4. Costes indirectos generales.
- 7.5. Modificaciones al sistema de costes completo: Coste Normal.
- 7.6. Las diferencias de aplicación.

PARTE TERCERA: ANALISIS POR LUGARES Y POR PORTADORES

TEMA 8. Acumulación de costes: órdenes de fabricación.

- 8.1. La ordena de trabajo como portador de costes.
- 8.2. Problemática de los costes directos.
- 8.3. Flujos de información

TEMA 9. Acumulación de costes: procesos.

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

TEMA 10. Los centros de coste, rendimiento e inversión.

- 10.1. Concepto de "lugar de coste".
- 10.2. Clasificación.
- 10.3. Secciones homogéneas y secciones orgánicas.
- 10.4. Contabilidad por pedidos versus, contabilidad por secciones para el control financiero de los centros operativos.

TEMA 11. Comportamiento de los costes y nivel de actividad en la empresa.

- 11.1. Costes de capacidad.
- 11.2. Nivel de actividad o volumen.
- 11.3. Tipos de actividad.
- 11.4. El modelo de imputación racional.

TEMA 12. Producción conjunta.

- 12.1. Procesos de producción conjunta.
- 12.2. Costes conjuntos y comunes.
- 12.3. Métodos de asignación de costes conjuntos.
- 12.4. Comparación de métodos y toma de decisiones.
- 12.5. Asignación de costes y centros de responsabilidad.

PARTE TERCERA: LA CONTABILIDAD DE GESTION EN LOS NUEVOS ENTORNOS DE FABRICACION

TEMA 13. Problemas de los modelos tradicionales de contabilidad de gestión.

- 13.1. Características de los nuevos entornos de producción.
- 13.2. El volumen como criterio de asignación en los modelos tradicionales.
- 13.3. Costes variables versus costes fijos.

TEMA 14. El sistema de gestión y de costes basado en las actividades (ABC).

- 14.1. Aspectos fundamentales del modelo ABC.
- 14.2. El proceso de asignación.
- 14.3. El concepto de actividad.
- 14.4. El inductor de costes frente a la unidad de obra.

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.

DOCUMENTACION

- Ejercicio 1
- Ejercicio 2
- Ejercicio 3
- Ejercicio 4
- Ejercicio 5
- Ejercicio 6
- Ejercicio 8
- Ejercicio 9
- Ejercicio 10
- Ejercicio 11
- Ejercicio 13
- Ejercicio 14

IV. EVALUACION

Criterios de evaluación:

80% examen final

20% participación en la asignatura

El examen final constará de dos pruebas:

cuestiones conceptuales: preguntas cortas.

Práctica: uno o dos ejercicios largos. (se contempla la posibilidad de plantear razonamientos con fundamento teórico sobre estos ejercicios).

La calificación final será la media ponderada de las calificaciones obtenidas en las partes anteriores. Para aprobar el examen es necesario superar ambos exámenes con una nota no inferior al 50%

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. Propiedades. Estimación por intervalo. Coeficientes de regresión simple y parcial. Cambios de escala y de origen. Medidas de bondad del ajuste. Interpretación y ejemplos.

2. CONTRASTE DE HIPOTESIS. Contrastes de significatividad individual y global. Contraste de una combinación lineal de los coeficientes. 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 y aplicaciones.

4. PREDICCIÓN. Cálculo del predictor. Análisis de las predicciones. Ejemplos.

5. ERRORES DE ESPECIFICACIÓN. Selección de variables. Problema de variables omitidas. Problema de variables irrelevantes. Sesgos derivados de la no linealidad. Ejemplos.

6. DEFICIENCIAS MUESTRALES: MULTICOLINEALIDAD Y ERRORES DE MEDIDA. Multicolinealidad: concepto y consecuencias; introducción al análisis de componentes principales; ejemplos. Errores de medida: implicaciones, 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. BIBLIOGRAFIA

- Novales, A. "*Econometría*". Mc Graw-Hill, 2a edición, (1993).
- Greene, W.H. "*Análisis Económico*". Prentice Hall, 3a edición revisada.
- Peña, D., "*Estadística. Modelos y Métodos*". Alianza Universidad Textos, 2ª ed. revisada.
- Pindyck, R. y Rubinfeld, D. L. "*Econometrics Models and Economic Forecasts*". 3rd edition.
- Pesaran & Pesaran, "*Microfit 4.0*". Oxford University Press.

Documentación

Ejercicios:

Temas 1 y 2
Tema 3
Solución 1 y 2
Solución 3
Temas 4-6
Solución 4 y 5
Temas 7-8

Datos:

Cobb
Gas
Ipi
Prod
U.K.Con
Inversión
Prac4
Prac6

Prácticas:

Práctica 1

Seminarios:

Seminario 1

IV. EVALUACION

Trabajo en grupo: 20%

Examen parcial (diciembre): 20%

Examen práctico (febrero): 15%

Examen teórico (febrero): 45%

Participación en Seminarios (voluntarios): hasta un 15%

ECONOMIA DEL SECTOR PUBLICO I

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo fundamental de esta asignatura es concienciar al alumno del importante papel que juega el Sector Público en la actualidad en las economías de mercado.

Para alcanzar tal objetivo se comienza con la delimitación de la Economía Pública como disciplina autónoma y sus vertientes principales. A continuación se delimita el sujeto protagonista de la actividad pública (dimensión, operaciones principales, etc.) y se justifica su intervención mediante la teoría de los fallos del mercado.

Tras conocer sus funciones se procede a describir el progreso político de toma de decisiones dentro del Sector Público y tres de las principales funciones que desempeña (provisión de bienes públicos, corrección de efectos externos y redistribución).

El estudio de la Seguridad Social, el presupuesto, principal instrumento de intervención del Sector Público, y la Deuda Pública constituyen un elemento central del programa. Con los conocimientos ya adquiridos, se introduce al alumno en la problemática de las haciendas descentralizadas y del gasto público.

El programa de la asignatura se cierra con dos temas de enorme actualidad para la formación del alumnado: la crisis del Estado del Bienestar y la problemática de las privatizaciones, dentro del marco de la empresa pública.

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

- | | |
|------------|--|
| Lección 1ª | El sector público: concepto, delimitación y dimensión |
| Lección 2ª | La Hacienda Pública en el pensamiento económico |
| Lección 3ª | El funcionamiento del sector público: la elección pública (I) |
| Lección 4ª | El funcionamiento del sector público: la elección pública (II) |
| Lección 5ª | La teoría de los bienes públicos |
| Lección 6ª | Los efectos externos y la intervención pública |

Lección 7ª	El sector público y la redistribución de la renta
Lección 8ª	La Seguridad Social
Lección 9ª	El presupuesto
Lección 10ª	La deuda pública
Lección 11ª	La Hacienda pública multijurisdiccional
Lección 12ª	El comportamiento del gasto público
Lección 13ª	El Estado del Bienestar
Lección 14ª	La empresa pública

III. BIBLIOGRAFIA

- ALBI, E., CONTRERAS, C., GONZALEZ-PARAMO, J.M., Y ZUBIRI, I. (1996): "*Teoría de la Hacienda Pública*", Ed. Ariel, Barcelona.
- FUENTES QUINTANA, E. (1991): "*Hacienda Pública*", Ed. R. García Blanco, Madrid.
- LÓPEZ LÓPEZ, M.T. Y UTRILLA DE LA HOZ, A. (1998): "*Introducción al Sector Público Español*", Ed. Civitas, Madrid.
- MUSGRAVE, R.A. Y MUSGRAVE, P.B. (1992): "*Hacienda Pública teórica y aplicada*" Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- ROSEN, H.S. (1994): "*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.
- STIGLITZ, J.E. (1995): "*La economía del sector público*", Ed. A. Bosch.
- CORONA, J.F.; DÍAZ, A. (1994): "*Teoría Básica de Hacienda Pública*", Ed. Ariel, Barcelona.
- MONASTERIO ESCUDERO, C.; SUÁREZ PANDIELLO, J. (1998): "*Manual de Hacienda Autonómica y Local*", Ed. Ariel, Barcelona.

IV. EVALUACION

Los diez puntos se distribuirán de la siguiente forma:

4 puntos del examen de febrero. Consistirá en un test en el que se penalizarán las contestaciones erróneas.

3 puntos del examen de diciembre. Constará de dos partes. En la primera habrá que contestar a una serie de preguntas breves. El contenido de la segunda variará, ya que podrá ir desde una pregunta larga hasta un ejercicio práctico, pasando por un comentario de texto.

3 puntos por un trabajo (individual o en grupo) sobre algún tema de la asignatura:

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. 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*.

IV. EVALUACION

Participación en clase: 15%

Parcial: 30%

Trabajo: 25%

Final: 30%

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. EL MODELO DE REGRESIÓN LINEAL GENERAL.** Hipótesis básicas. Estimador de mínimos cuadrados ordinarios. Coeficientes de regresión 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. 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. ERRORES DE ESPECIFICACIÓN.** Selección de variables. Problema de variables omitidas. Problema de variables irrelevantes. Sesgos derivados de la no linealidad.
- 5. MULTICOLINEALIDAD.** Concepto y consecuencias. Introducción al análisis de componentes principales. Ejemplos.
- 6. HETEROCEDASTICIDAD.** Concepto y consecuencias. Contrastes de Heterocedasticidad. Mínimos cuadrados generalizados factibles. Ejemplos.
- 7. 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

- a. Examen parcial: 20%
- b. Examen práctico: 15%
- c. Examen teórico: 65%

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%

CONTABILIDAD DE 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

CAPÍTULO 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.

CAPÍTULO 2. LAS NORMAS DE VALORACIÓN (1). EL CIRCULANTE.

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

CAPÍTULO 3. LAS NORMAS DE VALORACIÓN (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.

CAPÍTULO 4. NORMAS DE VALORACIÓN. (3). INGRESOS Y GASTOS.

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

CAPÍTULO 5. LA FINANCIACIÓN BÁSICA 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.
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.
 - 7.3. Reducción por imperativos legales.
5. Operaciones con acciones propias.

CAPÍTULO 6. LA FINANCIACIÓN BÁSICA EN LA EMPRESA (2): LOS EMPRÉSTITOS.

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.

CAPÍTULO 7. LAS CUENTAS ANUALES.

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

CAPÍTULO 8. SITUACIONES DE INSOLVENCIA, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE SOCIEDADES.

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

CAPÍTULO 9. *FUSIONES Y ESCISIONES DE SOCIEDADES ANÓNIMAS.

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.

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 aplicación práctica de los métodos mas habituales para el análisis de datos multivariantes. Se pone énfasis especial en aplicaciones orientadas la Investigación Comercial y de Mercados.

II. CONTENIDO

A. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

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. Tablas de datos.
 - 1.4. 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. Clasificación automática (Análisis cluster).
 - 4.2. Análisis discriminante.

5. Escalas multidimensionales.
6. Análisis de preferencias.
7. Análisis CHAID (Chi-squared Automatic Interaction Detection).

B. SUPUESTOS PRÁCTICOS.

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

III. BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

PARA FUNDAMENTOS TEÓRICOS

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

PARA SUPUESTOS PRÁCTICOS

- Abascal, Elena & Grande, Idefonso; **Aplicaciones de Investigación comercial**; ESIC (1994)
- Múgica Grijalba, J.M; **Los modelos multiatributo en marketing. El Análisis Conjunto**; IPMARK, Num 324/ 16-28 Febrero de 1988, páginas 64-67.
- Santesmases Mestre, Miguel; **DYANE: diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados**; Pirámide, Madrid, 1997

COMPLEMENTARIA:

- Jobson, J.D.; **Applied Multivariate Data Analysis. Volume II: Categorical and Multivariate Methods**; Springer-Verlag. New York (1992)
- Miquel, S. & Bigné, E. & Lévy, J.P. & Cuenca, J.C. & Miquel, M.J.; **Investigación de Mercados**; McGraw Hill Madrid (1997).
- Hair & Anderson & Tatham; **Multivariate data Analysis with readings**; Mc/Millan (1990 y 1978).
- Lebart, L & Morineau, A & Fenelon, J.P.; **Tratamiento Estadístico de datos**; Marcombo y Boixareu (1985).
- Mardia, K.V. & Kent, J. T. & Bibby, J. M. ; **Multivariate Analysis**; Academic Press (1979).
- Cuadras Avellana, Carlos María; **Métodos de Análisis Multivariante.**; EUNIBAR Barcelona (1981).

IV. BIBLIOGRAFIA

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. EVALUACION

El examen final constará de las partes siguientes:

A) Una a realizar en el aula y que tendrá dos apartados: a) un test con preguntas sobre diversos aspectos de los conceptos teórico-prácticos expuestos a lo largo del desarrollo de la asignatura, b) preguntas de interpretación sobre los diversos resultados obtenidos en las prácticas y trabajos realizados a lo largo del curso.

B) Eventualmente podrá realizarse un examen práctico con ordenador para tratar de evaluar el nivel de dominio de los programas que tratan las técnicas de análisis de datos estudiadas. De realizarse dicho examen se concretará con la debida antelación las fechas y formas de hacerlo.

C) De realizarse el trabajo de investigación aludido en el apartado IV se valoraran adecuadamente sus conclusiones.

MICROECONOMIA IV

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Troncal en ECONOMIA

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

ECONOMÍA INDUSTRIAL

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. BIBLIOGRAFIA

- Cabral, L., *"Economía Industrial"*, McGraw-Hill, 1994.

Cabral va a publicar otro libro sobre Economía Industrial en MIT Press este año 2000. Se puede conseguir aquí en formato pdf. También se puede obtener en formato dvi (si no saben qué es, no podrán leerlo). De todos modos, si alguno tiene interés, me puede preguntar. El libro está en inglés.

- Carlton D. & Perloff, J, *"Modern Industrial Organization"*, 2nd de. 1994, Harper Collins.
- Martin, S., *"Industrial economics"*, Mcmillan, 1994.
- Scherer, F., *"Industrial Market Structure and Economic Performance"*, 3ª De. 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.

Documentación:

Problemas de Economía Industrial

IV. EVALUACION

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

Las normas vigentes en este curso 1999-2000 para calificar la asignatura las pueden obtener aquí. Es conveniente que tengan los problemas de Economía Industrial que aparecen en la documentación.

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 han 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 Contabilidad de Gestión II consiste en avanzar en el estudio y análisis de los conceptos fundamentales de la contabilidad de gestión. Para ello se incide de forma especial en los criterios que deben guiar la toma de decisiones racionales en la empresa y cómo los análisis propios de la contabilidad de gestión incorporan dichos criterios.

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. El presupuesto como herramienta de la planificación. El proceso presupuestario. Presupuesto Maestro. Tipos de Presupuestos:

PARTE 2. Análisis de desviaciones.

Técnicas de Control sobre presupuestos y actividad real de la empresa. Cálculo de las desviaciones acaecidas e identificación de responsabilidades. Desviaciones económicas y técnicas en Costes Directos. Desviaciones económicas y técnicas en Costes Indirectos. Distintas modalidades en el análisis de las desviaciones. Los informes sobre desviaciones. El control por excepción.

PARTE 3. Toma de decisiones.

Estudio de las herramientas básicas para la toma de decisiones en la empresa. Selección de productos. Fabricar y comprar. Definición de Programa de producción en función de la capacidad. Selección de nuevas inversiones .Pedidos especiales.

III. BIBLIOGRAFIA

- Alvarez López, J. y otros., "Contabilidad de Gestión Avanzada". McGraw-Hill, 1995
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Documentos emitidos por la comisión de contabilidad de gestión. AECA. Madrid.
- Blanco Ibarra, F., "Contabilidad de Costes y de Gestión para la excelencia empresarial", Ediciones Deusto, Bilbao 1993
- Ripoll, V. (Coord.) "Introducción a la contabilidad de gestión. Cálculo de costes". McGrawHill. 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.
- Rosanas, J.M. y otros, "Costes Relevantes para la Toma de Decisiones", Biblioteca de Gestión 1997
- Rosanas, J.M.; Ballarín, E. y Grandes, M.J., "Sistemas de planificación y control", Biblioteca de Gestión 1989

IV. EVALUACION

- 80% Examen final
- 20% Elaboración de un proyecto a lo largo del semestre

La entrega de este proyecto será condición indispensable para acceder al examen final y, en consecuencia, 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. Introducción. Definiciones previas.

Procesos estocásticos y series temporales. Estacionariedad. Ergodicidad. Las funciones de autocovarianza y autocorrelación. Proceso de ruido blanco.

2. Procesos estocásticos lineales.

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

3. Procesos estocásticos no estacionarios.

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

4. Metodología de Box-Jenkins (I, II). Identificación, estimación y diagnosis.

Análisis de la estacionariedad en media y varianza. Identificación de procesos estacionarios subyacentes a series temporales no estacionales. Diagnosis de residuos. Ejemplos.

5. Metodología de Box-Jenkins (III). Predicción.

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

PARTE II. VARIABLES DEPENDIENTES CUALITATIVAS Y LIMITADAS

6. Introducción.

Modelos de elección discreta. El modelo de regresión truncada. El modelo de regresión censurada. Ejemplos.

7. Modelos de elección discreta.

Modelos de elección binaria. El modelo lineal de probabilidad. Modelos probit y logit. Estimación e interpretación de los coeficientes. Criterios de bondad de ajuste del modelo. Contrastes de hipótesis.

8. Variables dependientes limitadas.

Introducción a los problemas de truncamiento y de censura. El modelo de regresión truncada. Estimación con variables dependientes censuradas. Modelo Tobit. Ejemplos.

III. BIBLIOGRAFIA

- Aznar, A. (1993), *Métodos de predicción en Economía II. Análisis de series temporales*. Ariel Economía.
- Novales, A. (1993), *Econometría*, Mc-Graw-Hill, 2ª edición.
- Greene, W.H. (1998), "Análisis Econométrico", McMillan Publishing Company, New York.
- Pesaran & Pesaran (1997), "Microfit 4.0", Oxford University Press.
- Ferrán, A. (1997), *SPSS para Windows. Programación y Análisis Estadístico*, McGraw Hill.

IV. EVALUACION

Trabajo en grupo y entrega de ejercicios: 20%
Examen Parcial (Abril): 20%
Examen práctico Junio: 15%
Examen teórico Junio: 45%

V. TRABAJO EN GRUPO

Características:

- grupos de 3 personas.
- variable: mínimo, 40 observaciones.
- entrega de un resumen con la variable a analizar y los componentes del grupo: 6 de Marzo.
- fecha límite de entrega: 8 de Mayo.

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

Se pide:

- Análisis de la estacionariedad en varianza.
- Análisis de la estacionariedad en media.
- Detección de datos atípicos. Interpretación económica.
- Identificación del proceso ARIMA que sigue la serie.
- Estimación de los parámetros.
- Diagnóstico de los residuos.
- Predicción.
- Interpretación económica.

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).

PARTE III. LA POLITICA PRESUPUESTARIA

9. El presupuesto del Estado
10. La política presupuestaria.
11. Teorías normativas y positivas de la deuda pública.
12. Los criterios presupuestarios de Maastricht
13. Evolución de la deuda pública en España.

III. BIBLIOGRAFIA

- Albi Ibañez, E. y García Ariznavarreta, J. L.: "*Sistema Fiscal Español*". (13ª 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.

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

A. Introducción

Conceptos básicos (McCallum cap. 2)

A1. Tipos nominales bilaterales spot and forward

A2. Paridades de tipos de interés

A3. Ley de Precio Unico y Paridad del Poder de Compra

B. Base Analítica (McCallum capt. 5-7)

B1. Un Modelo Sencillo.

B2. Análisis del Corto y el Largo Plazo.

B3. Análisis con Tipos de Cambio Fijos.

B4. Tipos de Cambio Flexibles frente a Tipos de Cambio Fijos (McCallum cap. 10)

C. Aplicaciones

C1. Evolución histórica del Sistema Monetario Internacional (Levich cap. 2)

C2. Unión Monetaria Europea. (McCallum cap. 11)

C3. Coordinación Internacional de las Políticas. (McCallum cap. 12)

C4. Crisis Financieras Recientes (SME, Mexico, Asia) (Lecturas)

III. BIBLIOGRAFÍA

- McCallum, B.T. *"International Monetary Economics"*. Oxford University Press, 1996.
- Levich, R. M. *"International Financial Markets"*, Irwin McGraw-Hill, 1998.
- *Lecturas /Seminarios de Economía Aplicada II. 2000*

IV. EVALUACION

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

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 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. Examen práctico en junio y prácticas en grupo: 15%
- b. Examen teórico en junio: 85%

FUNDAMENTOS DE ANTROPOLOGIA II

Obligatoria en ECONOMÍA

Obligatoria en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Se trata de ver cómo se configura la personalidad a partir del temperamento, del conjunto de los valores personales, del análisis del papel de los sentimientos y de su manifestación en la actuación externa. Los actos particulares de las personas no se entienden si no es dentro de un proyecto, que los justifica y dirige con intencionalidad. Qué intensidad y características ha de tener ese proyecto para que sea personal y realmente libre ocupa la segunda parte del curso. La última parte consiste en ver las distintas trayectorias que pueden configurar una vida y la función de la conciencia como guía y referencia de la visión trascendente que le da sentido.

II. CONTENIDO

1. Estructura personal

1.1 Temperamento: noción y clasificación.

1.2 Carácter:

- a) noción de sentimiento
- b) valoración
- c) la autoestima
- d) los hábitos
- e) la fuerza de voluntad

1.3 Personalidad:

- a) noción
- b) relación con el yo

2. Los actos humanos

2.1 Unidad cuerpo-espíritu

2.2 Operaciones del espíritu

2.3 Repercusiones para la actuación ética.

3. La libertad

3.1 Clases de libertad:

- a) libertad física
- b) libertad de especificación
- c) autodeterminación

3.2 Libertad y normas

3.3 El determinismo

4. Libertad y proyecto

4.1 Cómo ser persona

4.2 La autodeterminación

4.3 Notas de un proyecto

5. La realización

- 5.1 El placer
- 5.2 La búsqueda de objetivos
- 5.3 La muerte
- 5.4 La opción fundamental
- 5.5 Proyecto y compromisos

6. Relativismo y subjetivismo

- 6.1 El relativismo cultural
- 6.2 El subjetivismo

7. Objetividad y subjetividad

- 7.1 El hombre descentrado
- 7.2 Bienes y deberes
- 7.3 Del egoísmo al deber
- 7.4 Tipos de deberes

8. La conciencia

- 8.1 Una experiencia universal
- 8.2 El juicio de la conciencia
- 8.3 Formación de la conciencia
- 8.4 Heteronomía y autonomía

9. La debilidad humana

- 9.1 Tres frentes
 - a) El atractivo de los bienes
 - b) La pereza
 - c) La presión social
- 9.2 La fuerza de voluntad
- 9.3 El pecado original

10. Ética y moral

- 10.1 Ética y Moral
- 10.2 Moral y Religión
- 10.3 Especificidad cristiana

III. BIBLIOGRAFIA

Hay tres grupos de libros de los que hay que leer uno cada trimestre. Se dividen en novelas, ensayos y monografías sobre ética.

IV. EVALUACION

Se tendrá en cuenta para el examen, junto a la lectura de los libros, la participación en clase y diversos comentarios de artículos y películas que se harán a lo largo del curso.

MERCADOS FINANCIEROS: CUESTIONES PRACTICAS

Libre Configuración en ECONOMÍA

Libre Configuración en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La finalidad es que se despierte en el alumno interés y curiosidad por el análisis y seguimiento de los distintos mercados financieros, y que aprenda de un modo práctico el funcionamiento de los mismos. También se pretende que sea capaz de leer e interpretar la prensa económica y financiera. Para ello, durante las clases se seguirán comentarios y artículos de periódicos y revistas especializadas en mercados financieros.

II. CONTENIDO

□ EL MERCADO DE RENTA VARIABLE

1. Introducción. **2. El mercado de renta variable en España.** ¿Qué es la Bolsa?; El producto principal: las acciones; Características del mercado de renta variable español; Salidas a Bolsa; Operaciones especiales **3. Formas de acceder a Bolsa.** Inversión directa en valores; Inversión a crédito; Inversión colectiva; Inversión a través de productos derivados **4. Índices bursátiles.** Definición; Principales índices nacionales e internacionales **5. Variables determinantes en el comportamiento bursátil** **6. Análisis fundamental** **7. Análisis técnico y chartista** **8. Operativa de la Bolsa.** ¿Qué y cómo se negocia en Bolsa?; Sistemas de contratación; Liquidación de las operaciones **9. La gestión de carteras de renta variable**

□ EL MERCADO DE RENTA FIJA

1. Definición de mercado de renta fija. **2. Títulos negociados.** **3. Bonos: conceptos básicos.** Definición; Valor nominal; Plazo; Amortización; Cupón; Bonos especiales. **4. Valoración de un bono.** Precio de un bono; Rentabilidad de un bono; Precio de un punto básico; Duración; Riesgos asociados a un bono **5. Distintos títulos de renta fija.** Valores del Tesoro; Deuda emitida por empresas y bancos. **6. Los mercados de renta fija en España.** El mercado primario de deuda pública. Las subastas; Los mercados secundarios **7. Los mercados internacionales de bonos.** **8. El "rating" o calificación de emisiones de bonos.**

□ EL MERCADO DE DIVISAS

1. Introducción. Las divisas; Introducción al mercado de divisas; Formación del precio en el mercado de divisas: los tipos de cambio **2. El mercado de divisas.** Concepto; Características del mercado; Productos negociados; Agentes participantes

III. BIBLIOGRAFIA

- Faus Pascuchí, Josep; Rahnema, Ahmad: "Cómo interpretar la prensa económica y financiera", Deusto, Bilbao 1996.
- Cuadernos Cinco Días "Curso práctico de Bolsa", AB Asesores 1997.
- Artículos de prensa económica y revistas financieras.
- Eduardo Martínez Abascal: "Invertir en Bolsa: Conceptos y estrategias", McGraw-Hill 1998

IV. EVALUACION

- Participación en clase: 30% de la nota final. Incluye la asistencia y la participación **activa** durante las clases.
- Comentario de artículos y asistencia a seminarios: 30%.
- Examen final teórico-práctico: 40%. Se evaluarán conceptos teóricos generales aplicados a casos o ejemplos prácticos.

NACIMIENTO DEL CAPITALISMO

Optativa en ECONOMÍA

Optativa en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de la asignatura es profundizar en algunos fenómenos de carácter cultural, político o social que resulten importantes para comprender la génesis, naturaleza y primer desarrollo de la economía capitalista. En conjunto, se trata de una reflexión a largo plazo sobre variadas cuestiones interrelacionadas en un arco cronológico que abarca, aproximadamente, los siglos XIII al XIX.

II. CONTENIDO

- 1- Introducción: Historia y economía, la necesidad de un marco social y cultural.
- 2- Formas capitalistas y sociedad estamental.
- 3- El nacimiento del Estado Moderno: el imperio frente al estado-nación y sus consecuencias económicas.
- 4- Velas y cañones: un primer desarrollo tecnológico.
- 5- Un nuevo escenario: América y Asia, la primera globalización moderna.
- 6- El centro cambia de lugar: Nef, North y el valor-trabajo.
- 7- El desarrollo de la población a largo plazo y los cambios en la demanda.
- 8- El espíritu del capitalismo: de Fugger a Sombart.
- 9- La burguesía como grupo social emprendedor: su evolución y sus formas de estar en la sociedad.
- 10- El paradigma intelectual del individualismo.
- 11- Considerar la religión: de Weber a Novak
- 12- Crecimiento comparado: Inglaterra, Francia y España hacia 1800.
- 13- Economía y moral en perspectiva histórica: de Piètre a Sen.

III. BIBLIOGRAFÍA

- Barber, E.G. *"La Burguesía en la Francia del siglo XVIII"*. Madrid, 1975.
- Davies, R. *"La Europa atlántica. Desde los descubrimientos hasta la industrialización"*, Madrid, 1988.
- González Enciso, A. y otros, *"Historia económica de la España Moderna"*, Madrid, 1991.

- Fanfani, A. *"Catolicismo y protestantismo en la génesis del capitalismo"*, Madrid, 1953.
- Jones, E.L. *"El milagro europeo"*, Madrid 1990
- Landes, D.S. *"La riqueza y la pobreza de las naciones"*, Barcelona 1999
- Meyer, J. *"Les Capitalismes"*, París 1981.
- Molas Ribalta, P. *"La burguesía mercantil en la España del Antiguo Régimen"*, Madrid 1985.
- North, D.C. *"Estructura y cambio en la historia económica"*, Madrid 1984.
- Piettre, A. *"Las tres edades de la economía"*, Madrid 1962.
- Prados, L. y Amaral, S. *"La independencia americana: consecuencias económicas"*, Madrid 1993.
- Rodríguez Casado, V. *"Orígenes del capitalismo y del socialismo contemporáneo"*, Madrid 1981.
- Stein, G. *"El arte de gobernar según Peter Drucker"*, Barcelona 1999.
- Vázquez de Prada, V. *"Historia económica mundial"*, Pamplona 1999.
- Weber, M. *"La ética protestante y el espíritu del capitalismo"*, Barcelona 1969.

LECTURAS OBLIGATORIAS

- Vázquez de Prada: *"Historia económica mundial"*: Las economía estatales europeas. El comercio colonial (s. XVI-XVIII)" (seis capítulos, p. 87-159 en la de. De 1999)
- Braudel, F. *"La dinámica del capitalismo"*, Madrid 1985, libro completo.
- Sombart, W. *"El burgués"*, Madrid 1972, caps. 1 al 13.
- González Enciso, A. y otros *"Historia económica de la España Moderna"*, lo correspondiente al siglo XVIII.

IV. EVALUACION

El curso consta de dos parte diferenciadas, las explicaciones de clase y las lecturas obligatorias –que se indican abajo-. Durante las clases se explicará el temario tanto en exposiciones teóricas del profesor, que será lo habitual, como con comentarios de textos.

Habrá un examne de lecturas obligatorias a mitad de curso, recuperable en junio. El examen final de junio se refiere al temario y podrá contener preguntas teóricas –desarrollo de un tema, o una parte del mismo-, así como comentarios de texto que se hayan visto en clase.

La nota final es la media de todas las preguntas de que consten los exámenes.

Quienes lo deseen pueden hacer trabajos optativos sobre alguna cuestión relacionada con la materia de la asignatura, que siempre serán calificados positivamente. Estos trabajos se consideran muy recomendables para quienes, por razones justificadas, no puedan asistir a clase.

SOCIOLOGIA INDUSTRIAL

Optativa en ECONOMÍA

Optativa en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de esta asignatura es, en primer lugar, el estudio de las organizaciones como sistemas sociales. Se trata de comprender los procesos de estructuración y cambio en las empresas desde los diversos modelos propuestos en la teoría de la organización (modelos técnicos, orgánicos e institucionales) con especial atención a los nuevos diseños organizativos y su capacidad de adaptación al entorno externo e interno de la empresa. También se atenderá al estudio de los conflictos típicos y las diversas formas de enfocarlos adecuadamente.

La segunda parte del curso se dedica al estudio del entorno social de la empresa, con especial referencia a las transformaciones sociales del mercado de trabajo.

I. CONTENIDO

Teorías de la organización: estructuras y sistemas.

1. la organización como sistema técnico:
2. la organización como organismo: adaptación al entorno competitivo y al entorno humano.
3. organizaciones inteligentes
4. la organización como cultura: cultura de la empresa
5. la organización como sistema político

Gestión del cambio en las organizaciones Conflictos estructurales: el conflicto capital-trabajo

1. cooperativismo
2. participación
3. conflicto interpersonal
4. sindicatos como agentes económicos y sociales.

Tendencias de la sociedad postindustrial

1.tensiones sociales en el mercado de trabajo: nuevas profesiones, nuevos esquemas de empleo

2.la emergencia del Tercer Sector

II.BIBLIOGRAFIA

Pérez López, Juan Antonio. *"Fundamentos de la Dirección de Empresas"* Rialp, Madrid, 1993.

Morgan. G, *"Images of Organization"*, Sage, Ca, 1986.

Kotter, J. P. y Heskett, J. L. *"Corporate Culture and Performance"*, Free Press, 1992

Se indicará bibliografía específica para cada tema a lo largo del curso.

IV. EVALUACION

La evaluación ponderará el examen final junto con los trabajos y lecturas del curso, así como participación activa en las clases.

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. Asimismo se explican los distintos enfoques teóricos acerca de la relación entre población y economía.

II. CONTENIDO

I PARTE: ANALISIS DEMOGRAFICO

1. Introducción al análisis demográfico: ¿Qué es la demografía? - Crecimiento de la población y sus componentes - Estructura de la población: la pirámide de edades - Cohorte y generación - El diagrama de Lexis - Análisis longitudinal y transversal de la población.

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

3. Mortalidad:

a) Conceptos generales

b) Distintos enfoques en el análisis de la mortalidad

c) Métodos de estandarización

d) ¿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: La reproductividad - Modelos demográficos - El modelo estable - El modelo estacionario - Aplicaciones empíricas del modelo estable: las proyecciones de población.

5. Clase práctica - El Programa "Demos": Visualización y comprensión de los fenómenos demográficos explicados en clase. Un ejemplo de proyecciones de población.

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

6. 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.

7. Demoeconomía - Población y desarrollo - Consecuencias económicas de la evolución demográfica en los países desarrollados - Efectos económicos de las migraciones internacionales - Las políticas de población.

III. BIBLIOGRAFIA

Manuales de análisis demográfico:

- ENTREMONT, A. d' (1998), *Geografía Económica*, Madrid.
- LIVI BACCI, M. (1993), *Introducción a la demografía*, Ariel, Barcelona.
- NEWELL, C. (1988), *Methods and Models in Demography*, Belhaven Press, London.
- TAPINOS, G. (1988), *Elementos de demografía*, Espasa, Madrid.

Obras Generales:

- BOSERUP, E. (1984), *Población y cambio tecnológico*, Crítica, Barcelona.
- COALE, A. - WATKINS, S. (1986), *The Decline of Fertility in Europe*, Princeton University Press, Princeton.
- LIVI BACCI, M. (1990), *Historia mínima de la población mundial*, Ariel, Barcelona.
- LOPEZ DE HEREDIA, D. - MONTORO, C. (1998), *El envejecimiento de la población en la Unión Europea*, Ediciones Rialp, Madrid.
- MALTHUS, T.R. (edición de 1951), *Ensayo sobre el principio de la población*, Fondo de Cultura Económica, México.
- WRIGLEY, E.A. - SCHOFIELD, R.S. (1983), *The Population History of England 1541-1871. A reconstruction*, Edward Arnold, London.
- SIMON, J. (1990), *Population Matters. People, Resources, Environment and Immigration*, Transaction Publishers, New Brunswick.
- SIMON, J. (1986), *El último recurso*, Dossat, Madrid.

IV. EVALUACION

En esta asignatura los ejercicios prácticos tienen una gran importancia. Toda la primera parte del temario conlleva la ejecución de ejercicios semanales que servirán no sólo para aplicar los conceptos explicados en clase, sino también para que los alumnos aprendan a localizar, usar y criticar las fuentes demográficas.

No se realizarán exámenes parciales. El examen final está compuesto de una parte teórica y otra práctica que reciben la misma valoración.