



## 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, especialmente los de seguros, activos y futuros. También se estudian, mediante la teoría de juegos, las asimetrías informativas y el diseño de mecanismos. El objetivo es comprender las situaciones de incertidumbre mediante modelos teóricos, establecer los comportamientos individuales óptimos y sus consecuencias para el funcionamiento de los mercados.

---

### II. CONTENIDO

---

#### **A. Decisión en situaciones de riesgo.**

1. Situaciones de incertidumbre.
- 2.. Formación de expectativas.
3. Decisión con incertidumbre.
4. Decisiones informativas.
5. Consecuencias de la incertidumbre en los mercados.
6. Mercados de seguros, de activos y de futuros.

#### **B. Teoría de juegos e información asimétrica.**

7. Juegos estáticos.
8. Juegos dinámicos.
9. Juegos cooperativos.
10. Selección adversa y señalización.
11. Azar moral.
12. Subastas.
13. Votaciones.
14. Diseño de mecanismos.



---

### III. BIBLIOGRAFÍA

---

Este curso se entregará a los alumnos, en forma de e-book, una nueva versión completamente actualizada del nuevo libro que sustituye a Galera, F. *"Economía de la incertidumbre"*, Newbook ediciones, 1997.

- Dixit, A.K. and Nalebuff, B.J. *"Pensar estratégicamente"*, Antoni Bosch, editor, 1992.
- Hirshleifer, J. & Riley, J.G., *"The analytics of uncertainty and information"*, Cambridge University Press, 1994.
- Rasmusen, E., *"Games and Information"*, (2ª ed.) Basil Blackwell, 1994. Hay traducción castellana en Fondo de Cultura Económica.
- Gardner, R. *"Juegos para empresarios y economistas"*. Antonio Bosch, editor. 1996.
- Binmore, K. *"Teoría de juegos"*, McGraw Hill, 1994.

#### Documentación:

Solución del Examen 3 de enero

Solución del Examen 3 de febrero

Solución del Examen de septiembre

---

### IV. EVALUACION

---

Hay dos modos de evaluar el curso. En el primero sólo se tiene en cuenta el examen final. Está dirigido a los que no puedan asistir a clase y a los que prefieran no seguir el segundo método. El segundo método consta de tres elementos: (a) experimentos donde se consiguen puntos; (b) exámenes orales cada semana para los alumnos que les toque por suerte; y (c) el examen final. Para llegar a la nota final con este segundo método se dan los siguientes pasos. (1) A cada alumno se le asociará un número, resultado de multiplicar su nota media en los exámenes orales (sobre 10) por la suma de todos los puntos conseguidos en los experimentos. (2) La nota de clase de un alumno es su número, dividido por el número más alto que se haya conseguido, y multiplicado por 8. (3) El resto de la nota -hasta diez- se obtendrá del examen final.



## **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.

---

### **II. CONTENIDO**

---

#### PARTE I: LA ACTUACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO

1. El porqué de la intervención pública.
2. La teoría de los bienes públicos.
3. La teoría de las externalidades.
4. La elección pública.

#### PARTE II: EL COMPORTAMIENTO DEL GASTO PÚBLICO

5. La evolución del gasto público.
6. La función redistributiva del gasto público.
7. Los gastos sociales.
8. Las prestaciones económicas.



PARTE III: FEDERALISMO FISCAL

9. Descentralización y federalismo fiscal.

---

**III. BIBLIOGRAFIA**

---

Manual básico de la asignatura:

- Albi, E., González-Páramo, J. M. y Zubiri, I. (2000): *Economía pública I*, Ed. Ariel, Barcelona.

Puede consultarse como bibliografía de apoyo:

- LÓPEZ LÓPEZ, M.T. Y UTRILLA DE LA HOZ, A. (1998): *Introducción al Sector Público Español*, Ed. Civitas, 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.
- CORONA, J.F.; DÍAZ, A. (1994): *Teoría Básica de Hacienda Pública*, Ed. Ariel, Barcelona.

---

**IV. EVALUACION**

---

- Examen parcial de diciembre: 3 puntos de la nota final.
- Examen final de febrero: 5 puntos de la nota final.
- Participación: 2 puntos de la nota final.



## **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. ¿Por qué comercian las naciones?. Ventaja comparativa y ventaja competitiva. Comercio con mercados de competencia imperfecta. Redistribución de la renta y ganancias del comercio. Comercio exterior y localización empresarial. Política económica de la política comercial.

### **II. CONTENIDO**

1. El modelo ricardiano.
2. El modelo de factores específicos.
3. El modelo de Heckscher-Ohlin-
4. Competencia imperfecta y comercio internacional.
5. Los movimientos internacionales de factores.
6. La economía política de la política comercial.
7. Proteccionismo-Librecambio
8. La globalización y sus críticos.

### **III. BIBLIOGRAFIA**

- Krugman, P. y Obstfeld, M., (1995), "*Economía Internacional: Teoría y Política*". 4ª edición. McGraw- Hill.
- Colección de *Lecturas de Economía Aplicada I*

### **IV. EVALUACION**

Participación en clase: 15%

Parcial: 30%

Trabajo: 30%

Final: 25%



## **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**

Introducción: Características del Modelo y descripción de capítulos posteriores.

Hipótesis básicas.

Estimador de mínimos cuadrados ordinarios.

Coefficientes de regresión simple y parcial.

Cambios de escala.

Medidas de bondad del ajuste.

Interpretación y ejemplos.

#### **2.- CONTRASTES DE HIPÓTESIS**

Test de Wald, Razón de Verosimilitud y multiplicadores de Lagrange.

Estimador de mínimos cuadrados restringidos.

#### **3. CONTRASTE DE ESTABILIDAD Y VARIABLES FICTICIAS**

Contraste de Chow.

Variables ficticias aditivas

Variables ficticias multiplicativas. Ejemplos.

#### **4. PREDICCIÓN**

Cálculo del predictor.

Análisis de la precisión de las predicciones.

#### **5. ERRORES DE ESPECIFICACIÓN**

Selección de variables. Omisión de variables relevantes.

Inclusión de variables irrelevantes.

Sesgos derivados de la no linealidad.



6. MULTICOLINEALIDAD.

Concepto y consecuencias.

Introducción al análisis de componentes principales. Ejemplos.

7. HETEROSCEDASTICIDAD

Concepto y consecuencias.

Contrastes de heteroscedasticidad.

Mínimos cuadrados generalizados factibles. Ejemplos.

8. AUTOCORRELACIÓN

Concepto y consecuencias.

Contraste de Durbin-Watson.

Estimación con perturbaciones AR(1) Ejemplos.

9. ERRORES DE MEDIDA

10. CONCEPTOS ADICIONALES

---

**III. BIBLIOGRAFÍA**

---

- Novales, A. (1988), "*Econometría*", McGraw-Hill, Madrid.
- Pindyck, R.S. y D.L. Rubinfeld (1980), *Modelos Económicos*, McGraw-Hill, Madrid.

---

**IV. EVALUACION**

---

- a. Examen parcial: 25%
- b. Examen final: 50%
- c. Trabajo práctico: 25%



## 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 publico 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*". (9<sup>th</sup> 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<sup>a</sup> ed.), 1991.
- Hayek, F.A. "*The Use Of Knowledge In Society*". The American Economic Review. Vol. 35, N<sup>o</sup>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. 4<sup>o</sup> 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 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 d

e 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

---

- 70% examen final
- 30% participación en la asignatura

El examen final constará de dos pruebas:

- Cuestiones conceptuales: preguntas cortas o tipo test
- 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

En esta asignatura se pretende que los alumnos sean capaces de especificar y estimar un modelo econométrico y aplicarlo al análisis de problemas económicos y empresariales concretos. Para ello, es necesario conocer los diferentes métodos de estimación, así como las propiedades deseables y los criterios para estudiar la bondad de ajuste de cada uno de los modelos. Debido a la naturaleza práctica de la asignatura, las clases prácticas se destinarán a la aplicación de los conceptos teóricos estudiados en las clases teóricas a problemas concretos.

### II. CONTENIDO

#### Tema 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.

#### Tema 2: Contraste de hipótesis

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.

#### Tema 3: Contraste de estabilidad y variables ficticias

Contraste de Chow. Variables ficticias aditivas y multiplicativas. Ejemplos y aplicaciones.

#### Tema 4: Predicción

Cálculo del predictor. Análisis de la precisión de las predicciones. Ejemplos.

#### Tema 5: Errores de especificación

Selección de variables. Problema de variables omitidas. Problema de variables irrelevantes. Segas derivados de la no linealidad. Ejemplos.



**Tema 6: Deficiencias muestrales: multicolinealidad y errores de medida**

Multicolinealidad: concepto y consecuencias; introducción al análisis de componentes principales; ejemplos. Errores de medida: implicaciones, ejemplos.

**Tema 7: Heterocedasticidad**

Concepto y consecuencias. Contrastes de heterocedasticidad. Mínimos cuadrados generalizados factibles. Ejemplos.

**Tema 8: Autocorrelación**

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

---

**III. BIBLIOGRAFIA**

---

- Greene, W.H. (1998), *Análisis Económico*, Prentice Hall, 3ª edición.
- Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (1991), *Econometric Models & Economic Forecasts*, 3<sup>rd</sup> edition.
- Ramanathan, R. (1998), "Introductory Econometrics with Applications", Dryden, 4<sup>th</sup> edition.
- Pesaran & Pesaran (1997), *Microfit 4.0*, Oxford University Press.

---

**IV. EVALUACION**

---

Trabajo en grupo: 20%

Examen Parcial (Diciembre): 20%

Examen práctico Febrero: 15%

Examen teórico Febrero: 45%

Participación en Seminarios (voluntarios) y entrega de ejercicios: hasta 10%

---

**V. TRABAJO EN GRUPO**

---

*Características:*

- grupos de 3 personas.
- variables: mínimo tres variables, con 40 observaciones cada una.

*Objetivo:*

- especificación de un modelo econométrico con al menos dos variables explicativas.
- diseño de hipótesis y su contraste.
- análisis de la bondad del modelo: coeficientes y diagnosis de residuos.



## **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, Ildefonso; **Métodos Multivariantes para la investigación comercial**; Ariel Economía (1989)
- Grande, Ildefonso & 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, Ildefonso; **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. TRABAJOS

---

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.



## CONTABILIDAD DE LAS SOCIEDADES

*Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS*

*Optativa en ECONOMIA*

### I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Tradicionalmente, la contabilidad de sociedades se ha venido entendiendo como “contabilidad aplicada por razón del sujeto”, es decir, la rama de la contabilidad financiera ocupada del estudio de las particularidades derivadas de la forma jurídica adoptada por el titular de la empresa.

El énfasis jurídico al definir esta asignatura no debe confundir los objetivos de la misma, los cuales son la creación de un subsistema de información económico-financiera que sirva para la adopción de un tipo de decisiones de especial trascendencia para la vida y el progreso de las empresas, en torno a cuestiones tan significativas como:

- su financiación a largo y medio plazo,
- la conservación de la realidad de su patrimonio,
- la determinación del resultado periódico y su distribución, y
- la adecuada delimitación de los derechos patrimoniales de los propietarios del capital y de los terceros que se relacionan con la empresa considerada.

La normativa vigente establece la obligación de adaptar la contabilidad a los principios y normas establecidos en el Plan General de contabilidad de 1990 así como a las Normas de Valoración emitidas por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, de ahí la importancia del dominio de estos principios y normas de valoración por parte del alumno.

Pero, hay que destacar que, dada la diversidad de empresas y entornos a los que es de aplicación esta normativa, su marco es amplio y las soluciones que se admiten dentro del mismo para cada hecho o situación son diversas. Por ello, no se pretende presentar una casuística cerrada de casos contables a lo largo del curso, sino tratar de que adquieran la esencia de estos principios contables y puedan presentar soluciones razonables para cada situación.

Trataremos igualmente la normativa propia de las sociedades anónimas, que está contenida en la **Ley de Sociedades Anónimas**. En concreto, las normas relativas a la fundación de sociedades y operaciones con recursos propios.

En resumen, se trata con esta asignatura de asentar los conocimientos contables adquiridos en el primer curso de la carrera, así como proporcionar al alumno un enfoque empresarial de la contabilidad, entendiendo a esta como un sistema de información para la toma de decisiones.



---

## I. CONTENIDO

---

### **CAPÍTULO 1. LOS PRINCIPIOS CONTABLES Y NORMATIVA CONTABLE ESPAÑOLA.**

1. - Los principios de contabilidad generalmente aceptados.
2. - Normalización contable española.
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**

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

### **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.<sup>1</sup>

#### 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.

---

<sup>1</sup> Art. L.C. y resolución ICAC, año 97.



- 7.2. Contabilidad de las reducciones de capital.
- 7.3. Reducción por imperativos legales.
- 8. 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.

#### **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.<sup>1</sup>
- 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.

---

### **III. BIBLIOGRAFIA**

---

Como manual del curso se seguirá el libro **Contabilidad Financiera y de Sociedades II**; de los autores María Avelina BESTEIRO VARELA Y Gil SANCHEZ ARROYO; publicado por la editorial Pirámide.

Además como otros libros de consulta:

**Contabilidad de Sociedades**, de los autores Manuel FERRER, Luis MARTÍNEZ OCHOA, Miguel Á. PEREZ BENEDITO, y Tomas ALONSO; publicado por la editorial Ariel Economía.

**Contabilidad Superior: doscientos problemas básicos resueltos**; de los autores Jorge BUIREU GUARRO Y Susana BUIREU BUADES; publicado por la editorial Pirámide.

**Contabilidad de Sociedades Anónimas y de Responsabilidad Limitada**; de Jaime LORING MIRÓ; publicado por la editorial Pirámide.

---

<sup>1</sup> Documento AECA pasivos financieros, procedimiento de quit



---

#### **IV. EVALUACION**

---

Se valorará su asistencia y participación mediante la exigencia de casos prácticos en las clases, y exámenes sorpresa obteniéndose por este concepto el 20% de la nota final. Igualmente se hará un examen parcial en diciembre, que puntuará el 30% de la nota final. El examen final sólo aportará el 50% de la nota final.

De haber casos especiales: alumnos que trabajen, etc., se puede seguir una evaluación diferente, pero siempre que me lo digan antes de final de octubre.



## 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

1. Introducción a la economía regional: principales líneas de los análisis recientes
2. Localización de las actividades productivas
3. El papel del sector público en los cambios de localización
4. Principales modelos utilizados en el análisis regional
5. Los mercados laborales regionales
6. Innovación y cambios en la estructura regional
7. Las regiones en Europa: diferencias y cohesión regional
8. Introducción a la economía urbana: Tendencias en la estructura urbana
9. Las áreas urbanas. Economías de aglomeración
10. Algunos problemas de sectores específicos: el transporte en las ciudades

### III. BIBLIOGRAFIA

- Varios Autores (2000): *Handbook of Regional and Urban Economics* (volúmenes 1 al 3) Elsevier, Amsterdam
- Fujita, Krugman y Venables (1999): *The Spatial Economy* MIT, USA
- Veltz, P. (1999): *Mundialización, ciudades y territorios*, Ariel, Barcelona.
- Castells, A. Y Bosch, N. (eds.) (1999) *Desequilibrios territoriales en España y en Europa*, Ariel, Barcelona.
- FUNCAS: *Cuadernos de Información Económica* (varios números)
- *Papeles de Economía Española* (varios números)



---

#### **IV. EVALUACION**

---

A lo largo del curso los alumnos elaborarán un esquema de los temas de estudio y un trabajo sobre la materia, de su elección, relacionado con los temas de la asignatura. Cada semana contrastarán su trabajo y los resultados que vaya obteniendo, en sesiones de seminario. La evaluación se realizará en cada una de las sesiones y teniendo en cuenta los resultados finales.



## MICROECONOMIA IV

*Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS*

*Troncal en ECONOMIA*

---

### I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

---

Se estudia el comportamiento estratégico de las empresas dentro de las diversas estructuras de la industria y sus consecuencias para la eficiencia de los mercados; así como las ventajas/desventajas de la intervención gubernamental.

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. Qué es la Economía Industrial
- b. Costes y demanda
- c. Empresa

##### 2. Análisis del mercado

- a. Eficiencia en el mercado
- b. Competencia
- c. Monopolio y empresa dominante
- d. Oligopolio
- e. Medidas de la estructura del mercado
- f. Estructura de mercado, costes de entrada y bienestar
- g. Información imperfecta en el mercado



### 3. Conducta de las empresas

- a. Cárteles y colusión
- b. Fusiones y adquisiciones
- c. Prácticas Predatorias
- d. Disuasión de la entrada
- e. Relaciones verticales
- f. Discriminación de precios
- g. Diferenciación de productos
- h. Publicidad
- i. Investigación y desarrollo
- j. Redes y estandarización

### 4. Intervención del gobierno

- a. Política de competencia
- b. Regulación

---

## III. BIBLIOGRAFIA

---

Los libros recomendados para la asignatura son los siguientes, especialmente los dos primeros:

- Cabral, L., Introduction to Industrial Organization, MIT Press, 2000. Puede obtener información sobre el libro [aquí](#) . El libro está en inglés. Es muy asequible, tiene una longitud apropiada para un semestre y cubre bien la materia.
- Carlton D. & Perloff, J, Modern Industrial Organization, 3rd Ed., Addison-Wesley, 2000. Puede obtener información sobre el libro [aquí](#). También está en inglés. Está bien escrito, cubre bien la materia y su longitud es superior a lo que se puede ver en un semestre.
- Cabral, L., Economía Industrial, McGraw-Hill, 1994. Es el libro que hemos empleado hasta ahora. Le faltan algunos temas para cubrir totalmente el programa. Puede ser una alternativa para los que prefieran no leer en inglés.
- Scherer, F., Industrial Market Structure and Economic Performance, 3rd 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 en 1995.
- Tirole, J. La teoría de la organización industrial, Ariel, 1990. Aunque está en castellano, tiene un nivel superior al que se pide en este curso.



Documentación adicional

En las siguientes direcciones de internet: Estudios sobre competencia en la OCDE , Estudios sobre competencia en la UE , y Resoluciones del Tribunal de la competencia , se pueden encontrar documentos de utilidad. Las dos primeras contienen referencias a otros lugares de interés.

Solución Examen de Junio

Solución Examen de Septiembre

---

#### **IV. EVALUACION**

---

Las normas vigentes en este curso 2000-01 para calificar la asignatura las pueden obtener aquí. Es conveniente que tengan los problemas de Economía Industrial que aparecen en la documentación.



## **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**

---

#### **I. CONTENIDO**

##### **PARTE I. ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA IMPOSICIÓN**

1. Los ingresos públicos y el impuesto
2. Imposición, eficiencia y equidad
3. Incidencia distributiva de la imposición
4. Efectos de la imposición sobre el comportamiento económico.

##### **PARTE II. LA TÉCNICA FISCAL**

5. El impuesto sobre la renta.
6. Impuestos de sociedades.
7. El impuesto sobre la riqueza.
8. Imposición indirecta. El IVA.

##### **PARTE III. OTROS INGRESOS**

9. Los precios públicos
10. La deuda pública
11. Privatizaciones



---

### III. BIBLIOGRAFIA

---

Se utilizará como manual propio de la asignatura:

- Albi, Emilio, José Manuel González-Páramo e Ignacio Zubiri (2000), *Economía pública II*, Ed. Ariel.

Puede consultarse como bibliografía de apoyo:

- Rosen, Harvey (1998), *Manual de hacienda pública*, Ariel

---

### IV. EVALUACION

---

- Examen parcial: 30% de la nota final
- Examen final: 60% de la nota final
- Participación: 10% de la nota final



## 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", (3<sup>rd</sup> edition), 1991.

---

## **IV. EVALUACION**

---

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



## **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, 30%. Examen final, 25%.



## **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 Multivariantes (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 Behaviorral 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 Fellows of Harvard College, Publicado Anteriormente En Harvard Business Review con el Título " *Marketing Intangible Products And Product Intangibles*", 1982.
- Lovelock C. H.(1983) " *Classifying Services To Gain Strategic Marketing Insights*" 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 Comercial 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.



Universidad  
de Navarra

- 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

---

- 70% examen final
- 30% participación en la asignatura

El examen final constará de dos pruebas:

- Cuestiones conceptuales: preguntas cortas o tipo test
- 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 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). Procesos estacionales.

##### 3. Procesos estocásticos no estacionarios.

Paseo aleatorio. 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. 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.

##### 7. 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", Prentice Hall, 3ª Edición.
- Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (1991), "Econometric Models & Economic Forecasts", 3<sup>rd</sup> edition.
- Uriel, E. (2000), "Introducción al análisis de series temporales". Editorial AC

---

#### IV. EVALUACION

---

Ejercicios y prácticas: 10%  
Trabajo en grupo: 20%  
Examen parcial (lunes, 2 de abril): 25%  
Examen final junio: 45%

---

#### V. TRABAJO EN GRUPO

---

*Características:*

- grupos de 3 personas.

*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.
- Identificación del proceso ARIMA que sigue la serie.
- Estimación de los parámetros.
- Diagnóstico de los residuos.
- Predicción.
- Interpretación económica.

*Fecha de entrega del trabajo:* viernes, 18 de mayo

*Fecha de entrega de componentes del grupo:* viernes, 2 de marzo.



## **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- A qué llamamos capitalismo. La economía y su marco cultural.
- 2- Capitalismos y sistema capitalista.
- 3- Formas capitalistas y sociedad estamental.
- 4- El espíritu del capitalismo y el espíritu de empresa.
- 5- La influencia del Estado moderno.
- 6- Dos elementos clave: población y tecnología.
- 7- Burguesía y capitalismo.
- 8- El paradigma cultural del individualismo.
- 9- Religión y capitalismo en la Historia.
- 10- De la economía subordinada a la globalización.

---

### **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.
- Pièttre, 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 economías 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 partes 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.

Habrà un examen 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.



## TEORIA DE LA ORGANIZACION

*Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS*

*Optativa en ECONOMIA*

### I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Vamos a estudiar dos temas relacionados: en primer lugar, ¿en qué casos debe una empresa producir determinados bienes o servicios internamente o, al contrario, comprarlos a otra empresa? En otras palabras: ¿qué tipo de actividades debe emprender una empresa? ¿Cuándo deberían fusionarse dos empresas? Estudiamos esto en la parte I del curso. La parte II trata de otro problema relacionado con éste: suponga que un determinado bien o servicio se está produciendo en la propia empresa. ¿Cómo debe organizarse la empresa para que esto se haga de la forma más eficiente posible? Piense de nuevo en el ejemplo de la asesoría jurídica. Suponga que la empresa tiene sus propios abogados: ¿Cómo debe organizarse para que el servicio que prestan sea el mejor posible?.

### II. CONTENIDO

#### I. INTRODUCCION

1. Introducción: ¿Importa la organización?
  - Ejemplo nº 1: General Motors y Ford
  - Ejemplo nº 2: Toyota
  - Ejemplo nº 3: Silicon Valley y Route 128
2. El enfoque económico de la organización
  - Racionalidad y comportamiento humano en las organizaciones
  - Definición de eficiencia
  - El principio de maximización del valor y el teorema de Coase

#### II. COMPARANDO MERCADOS Y EMPRESAS

3. El mercado como organización eficiente
  - La especialización y la necesidad de coordinar
  - Cómo coordinan los mercados: el teorema fundamental de la economía del bienestar
  - Aplicación nº 1: Diseño del mercado
  - Aplicación nº 2: Descentralización y utilización de precios de transferencia en la empresa
4. La empresa como organización eficiente (1)



- Rendimientos crecientes a escala
  - Externalidades y mercados ausentes
  - Fragilidad
  - Eficiencia informativa
5. La empresa como organización eficiente (2)
- Búsqueda, emparejamiento y problemas de coordinación
  - Costes de transacción y características de las transacciones
  - Contratos incompletos
  - La especificidad de los activos y el problema del oportunismo
6. La empresa como organización eficiente (3)
- Selección adversa y cierre de los mercados
  - Riesgo moral

### **III. COMPARANDO EMPRESAS Y EMPRESAS**

7. Capital humano: contratación y formación
- Selección adversa y contratación
  - El problema de la inversión en capital humano
  - Formación específica
  - Formación general
8. Incentivos monetarios
- Riesgo moral en las empresas
  - Contratos explícitos de incentivos: incentivos y riesgo
  - Tareas múltiples
9. Mercados internos de trabajo, asignación de puestos y ascensos
- ¿Qué es un mercado interno de trabajo?
  - Torneos y ascensos
10. Distribución de responsabilidades
- Jerarquías y optimalidad de la toma de decisiones
  - Nuevas prácticas de recursos humanos: participación de los empleados, rotación, y trabajo en equipo.

#### **1. Introducción: ¿Importa la organización?**

- Ejemplo nº 1: General Motors y Ford
- Ejemplo nº 2: Toyota
- Ejemplo nº 3: Silicon Valley y Route 128

#### **Referencias**



- Chandler, Alfred D. (1977) *The Visible Hand*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Introducción (pág. 1-12).
- Milgrom, Paul, y John Roberts (1993), *Economía, organización y gestión de la empresa*. Barcelona: Editorial Ariel. Capítulo 1.
- Saxenian, AnnaLee (1996) *Regional Advantage*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Introducción (pág. 1-9) y capítulos 2-3 (pág. 29-82).

## Prácticas

- Lea el cap. 2 de: Chandler, Amatori and Hikino (1997) *Big Business and the Wealth of Nations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Las empresas de Silicon Valley adoptaron una forma organizativa diferente de la existente en Route 128. Describa tres dimensiones en las cuales los dos tipos de organización difieren. En cada caso,
  - a) Indique claramente en qué consiste la diferencia entre los dos tipos de empresas.
  - b) Discuta si la forma organizativa elegida por las empresas de Silicon Valley es mejor o peor a la hora de generar innovaciones que la forma organizativa elegida por las empresas de Route 128. Justifique su respuesta.

## 2. El enfoque económico de la organización

- Racionalidad y comportamiento humano en las organizaciones
- Definición de eficiencia
- El principio de maximización del valor y el teorema de Coase

## Referencias

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 2.
- Coase, Ronald (1960) "The Problem of Social Cost" *Journal of Law and Economics*, Vol. 3, pág. 1-44.

## Prácticas

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 2. MPR (Material para la reflexión) nº 1-2, EM (Ejercicios matemáticos) nº 1-2.
- La condición de "ausencia de efecto riqueza"
  - a) ¿En qué consiste esta condición? Dé una definición. Explique por qué esta condición es útil para estudiar problemas de asignación dentro de las empresas.
  - b) Dé un ejemplo de un caso en el que no se satisface. No tiene por qué ser un ejemplo matemático, pero tiene que explicar con claridad por qué en ese caso no se cumple.
- En las organizaciones, utilizamos diferentes tipos de razón para ayudarnos a tomar decisiones. Enumere los cuatro tipos de "razonabilidad" que hemos visto en clase. Para cada uno de ellos,
  - a) Dé una definición
  - b) Piense en un ejemplo concreto en el cual un empleado utilice este tipo de razón para tomar una decisión en su empresa.
- Se va a abrir un nuevo centro comercial en Getafe. Dentro del mismo, se van a instalar El Corte Inglés y una serie de tiendas pequeñas. Una compañía de moda, Look, considera las dos posibilidades siguientes: abrir su propia tienda o firmar un contrato con El Corte



Inglés para que éste distribuya sus artículos. Utilicemos BL para representar los beneficios netos de Look, y BC para representar los beneficios netos de El Corte Inglés.

Si Look abre su propia tienda, espera ganar un beneficio neto de  $BL=150p-p^2$ , donde  $p$  es el precio de venta al público del producto medio de Look. En ese caso, El Corte Inglés no gana nada ( $BC=0$ ).

Por otro lado, si Look firmase un contrato con El Corte Inglés, El Corte Inglés vendería los productos de Look y debería pagar a Look una cantidad  $T$ . En ese caso, Look ganaría  $BL=T+150p-p^2$  y El Corte Inglés ganaría  $BC=50p-T$ .

- Suponga que Look decide abrir su propia tienda. ¿Qué precio deberá fijar?  
¿Cuánto beneficio ganará?
  - Suponga ahora que Look decide firmar un contrato con El Corte Inglés. ¿Qué precio  $p^*$  debería fijarse si se quisiese maximizar el valor total?
  - Suponga que las dos compañías eligen precisamente el precio  $p^*$ . Demuestre que existe un pago mínimo  $T^*$  que hace que firmar el contrato con El Corte Inglés sea provechoso para. Demuestre también que El Corte Inglés estará dispuesto a realizar ese pago.
  - Explique este último resultado con palabras.
- El principio de maximización del valor dice que todas las partes deberían estar interesadas en maximizar el valor total. Sin embargo, un hombre de negocios podría decirle que, en realidad, lo único que debería preocuparle son sus propios beneficios, y no el valor total. ¿Qué le diría a ese hombre de negocios?

### 3. El mercado como organización eficiente

- La especialización y la necesidad de coordinar
- Cómo coordinan los mercados: el teorema fundamental de la economía del bienestar
- Aplicación nº 1: Diseño del mercado
- Aplicación nº 2: Descentralización y utilización de precios de transferencia en la empresa

#### Referencias

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 3, pág. 67-87 y 93-100.

#### Prácticas

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 3, MPR nº 1, EM nº 2-3.
- Usted es el presidente de C-Reales, una gran empresa de cereales de desayuno. Una de las divisiones de su empresa (Plantsa) posee explotaciones donde cultiva cereales. Otra división (Empaquetsa) produce el producto final para el desayuno.
  - Usted decide utilizar un sistema de precios de transferencia para conseguir que estas dos divisiones se coordinen. Esta decisión ¿llevará a una toma de decisiones más centralizada o más descentralizada? ¿Por qué?
  - Suponga que los mercados de cereales sin elaborar (sin empaquetar) son competitivos. Teniendo esto en cuenta, ¿cuál sería la forma óptima de fijar el precio de transferencia? ¿Por qué?
  - El presidente de Empaquetsa le pide a usted permiso para comprar cereales de otras empresas, no sólo de Plantsa. El presidente de Plantsa se enfada y dice



que si se permitiese eso los beneficios de C-Reales disminuirían. ¿Quién tiene razón? ¿Por qué?

#### 4. La empresa como organización eficiente (1)

- Rendimientos crecientes a escala
- Externalidades y mercados ausentes
- Fragilidad
- Eficiencia informativa

#### Referencias

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 3, pág. 87-93; y cap. 4.

#### Prácticas

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 4, MPR nº 1, EM nº 1.
- Fragilidad:
  - a) ¿A qué nos referimos cuando hablamos de la “fragilidad” de un sistema asignativo?
  - b) ¿En qué casos el sistema de cantidades es menos frágil que el de precios? Explique gráficamente por qué.
- Una compañía petrolífera tiene dos divisiones. La división E extrae petróleo y la división T lo transforma en productos acabados y se encarga de distribuir esos productos. Para simplificar, suponga que el proceso de transformación que lleva a cabo la división T tiene coste cero. Por otro lado, suponga que la extracción del petróleo sí es costosa: el coste de extraer una cantidad  $Q$  es

$$C=10Q+(1/2)cQ^2 .$$

Suponga también que una cantidad  $Q$  de petróleo genera unos beneficios

$$B=20Q-(1/2)bQ^2$$

para la división T.

- a) (Sistema de cantidades) Suponga que la división T conoce las funciones  $C$  y  $B$ . Si la división T quiere maximizar los beneficios netos ( $B - C$ ) de toda la empresa (es decir de las 2 divisiones), ¿cuánto petróleo deberá pedir a la división E que extraiga? [Utilice la notación  $Q^*$  para esa cantidad]
- b) (Sistema de precios) Suponga que la empresa establece un precio de transferencia para el petróleo y da libertad a E para que extraiga la cantidad que quiera. ¿Qué precio de transferencia  $P^*$  deberá establecerse?
- c) Suponga que la división T estaba equivocada acerca del verdadero coste de extracción. Suponga que la función de costes correcta es

$$C'=10+(1/2)c'Q^2$$

donde el verdadero coste marginal,  $c'$ , es mayor ( $c'>c$ ). Suponga que se ha pedido a la división E extraer  $Q^*$ . ¿Cuál es el coste de este error para la empresa?



- d) ¿Cuál habría sido el coste del error si la empresa hubiese usado el sistema de precio de transferencia?
- Considere el siguiente programa de cupones: el Estado le da a cada familia en Madrid un cupón por un valor de 200.000 pesetas por hijo. Los padres pueden elegir un colegio de cualquier tipo (público o privado) para sus hijos y dar sus cupones al colegio que hayan elegido. El Estado, después, se compromete a pagar a cada colegio el valor de los cupones que haya recibido. Si la matrícula del colegio que han elegido los padres supera el valor del cupón, los padres pagan la diferencia. Utilizando la idea de eficiencia informativa de Hurwicz, explique si piensa que éste es un buen sistema o no. Con el fin de justificar su respuesta, explique las ventajas y/o desventajas de este sistema de cupones.
  - Cuando los alumnos terminan el instituto, los que quieren ir a la universidad deben ser asignados a las diferentes carreras.
    - a) ¿En qué consiste este problema de asignación? Para contestar a esta pregunta, explique:
      - ¿Qué partes están implicadas en este problema?
      - ¿De qué dependen sus preferencias?
      - ¿Por qué son limitados los recursos?
    - b) En este problema en particular, explique
      - Cómo funcionaría un "sistema de cantidades"
      - Cómo funcionaría un "sistema de precios"
    - c) En España, los estudiantes con notas más altas tienen prioridad a la hora de elegir universidad y carrera. ¿Qué sistema es éste: un sistema de cantidades o un sistema de precios? Justifique su respuesta.

## 5. La empresa como organización eficiente (2)

- Búsqueda, emparejamiento y problemas de coordinación
- Costes de transacción y características de las transacciones
- Contratos incompletos
- La especificidad de los activos y el problema del oportunismo

### Referencias

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 2, pág. 35-43 (sobre costes de transacción); y cap. 5, pág. 151-167 (sobre contratos incompletos).
- Coase, Ronald (1937) "The Nature of the Firm" *Economica*, Vol. 4, pág. 386-405.

### Prácticas

- Lea el siguiente artículo:  
Macaulay, Steward (1963) "Non Contractual Relations in Business: A Preliminary Study" *American Sociological Review*, Vol. 28, pág. 55-67.
- Contratos incompletos
  - a) ¿Qué forma de racionalidad utilizaría para explicar por qué la mayoría de los contratos son incompletos?
  - b) ¿Por qué los contratos incompletos son un fallo de mercado?
  - c) ¿Qué tipo de ineficiencia causan los contratos incompletos? ¿Cómo puede solucionarse esa ineficiencia?

## 6. La empresa como organización eficiente (3)



- Selección adversa y cierre de los mercados
- Riesgo moral

#### Referencias

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 5, pág. 177-190 (sobre selección adversa); y Capítulo 6, pág. 197-212 (sobre riesgo moral).

#### Prácticas

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 6: Caso de las "S&L" (pág. 202-212).
- Considere el mercado de coches usados. Hay coches usados buenos y coches usados malos. Explique por qué, en esta situación, puede que no haya intercambios voluntarios pese a que tales intercambios podrían ser beneficiosos para las partes.
- Normalmente los contratos de seguro de salud tienen una lista restringida de especialistas a los que puede acudir (si va a algún especialista que no está en la lista, normalmente tiene que pagar -al menos en parte). ¿Por qué piensa que las compañías aseguradoras hacen esto?
- Los ordenadores de marcas más conocidas (Compaq, Hewlett-Packard, IBM) son considerablemente más caros que los de marcas poco conocidas, pese a que suelen tener componentes muy similares. ¿Cómo podría explicar esto?
- Algunas compañías ofrecen un seguro de salud que no cubre los gastos médicos de pequeña cuantía, de forma que, hasta cierto límite, el asegurado tiene que cargar con los gastos, y la aseguradora sólo paga la parte que excede ese límite. ¿Hay alguna explicación para este sistema?
- Para llevar a cabo su trabajo, los consultores necesitan tener acceso a información muy delicada acerca de sus clientes. Una de las preocupaciones de los clientes puede ser que la empresa de consultoría revele esa información a algún competidor. En su opinión, ¿qué mecanismos permiten evitar que, en la práctica, esto no ocurra?
- Considere el mercado de coches usados en una pequeña ciudad. En esta ciudad, siempre ha existido un único vendedor, que lleva más de 20 años en el negocio. Suponga que un nuevo vendedor intenta entrar en el mercado. ¿Qué estrategia piensa que debería seguir este nuevo entrante?
  - a) Ofrecer precios más bajos y las mismas garantías que su competidor.
  - b) Ofrecer los mismos precios que su competidor y mejores garantías.
- En el aeropuerto de Barajas, los taxistas a veces prefieren coger turistas antes que madrileños.
  - a) ¿Por qué sucede esto?
  - b) ¿Cómo eliminaría esta discriminación? Algunos proponen poner policías en las paradas de taxi del aeropuerto. ¿Hay alguna solución alternativa?
- Los agentes de viajes deben buscar en su ordenador los mejores billetes para el cliente. Sin embargo, esta búsqueda es costosa para el agente (requiere tiempo). Además, al cliente le es difícil saber si el billete que le están proponiendo es realmente el mejor. ¿Cómo piensa usted que este problema de riesgo moral se resuelve, en la práctica?
- Considere los dos siguientes tipos de contrato de alquiler de vivienda:



- Tipo A: el cliente paga a la agencia inmobiliaria un precio fijo antes de que comience la búsqueda. No hay derecho a devolución.
- Tipo B: el cliente paga una cantidad equivalente a un mes de alquiler en el momento en que firma el contrato de alquiler del piso.

Responda a las dos siguientes preguntas:

- a) ¿Con qué tipo de contrato tienen más incertidumbre el cliente y la agencia inmobiliaria?
- b) Normalmente, los clientes quieren un buen piso y un alquiler barato. Teniendo en cuenta estas dos características deseables, explique con qué tipo de contrato usted piensa que los incentivos de la agencia van a ser mejores.

## 7. Capital humano: contratación y formación

- Selección adversa y contratación
- El problema de la inversión en capital humano
- Formación específica
- Formación general

### Referencias

- Lazear (1998) *Personnel Economics for Managers*. New York, NY: John Wiley and Sons. Capítulos 3 y 6.

### Prácticas

- La Facultad propone un plan que permite a un grupo especial, reducido, de alumnos de Derecho formar parte de una clase distinta, separada del resto. La selección de los estudiantes se realiza en función de las notas de Selectividad, pero los profesores y los programas de las asignaturas son los mismos que los correspondientes a los grupos "normales."
  - a) Dado que los profesores y los programas son los mismos, ¿tiene sentido este plan? ¿Por qué?
  - b) Suponga que un Instituto decide crear un grupo parecido para alumnos de Letras. ¿Piensa que en este caso el plan sería efectivo? ¿Por qué?
- Suponga que es un director de recursos humanos y tiene delante una lista de candidatos a un puesto de trabajo. Todos ellos están en paro. Dentro de esa lista, identifica tres grupos distintos:
  - Recién licenciados sin experiencia laboral
  - Candidatos cuyo contrato previo era temporal y no fue renovado
  - Candidatos cuyo contrato previo era indefinido, pero terminó porque la empresa empezó a tener dificultades financieras serias.

Al seleccionar los mejores candidatos, ¿cómo valoraría esta información acerca del pasado del empleado? ¿Dependerá su respuesta de la situación macroeconómica del país (expansión/recesión) y del uso que hacen las empresas de los contratos temporales?

## 8. Incentivos monetarios

- Riesgo moral en las empresas
- Contratos explícitos de incentivos: riesgo e incentivos



- Tareas múltiples

#### Referencias

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 6, pág. 212-231; y cap. 7.

#### Prácticas

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 7, MPR nº 1,2,5 y EM nº 2-3.
- Suponga que una compañía telefónica ha recibido muchas quejas acerca de su servicio de asistencia al cliente. Actualmente el servicio está organizado de la siguiente forma: los empleados atienden a los clientes por teléfono y reciben un salario fijo. Suponga que decide diseñar un sistema de incentivos para tratar de mejorar la calidad del servicio al cliente. ¿Qué dimensiones del esfuerzo, desde su punto de vista, serían más relevantes? ¿Sería posible incentivarlas mediante pagos monetarios? ¿Por qué?
- Dos grandes compañías han adoptado dos estrategias distintas para hacer sus declaraciones de impuesto de sociedades. La primera utiliza consultores internos, mientras que la segunda utiliza consultores externos (paga a otra empresa para que le aconseje). ¿Cómo espera que cada empresa pague a los consultores?
- Empieza a trabajar en El Corte Inglés y se entera de una norma bastante extraña: cuando una vajilla cae al suelo y se rompen algunos platos, se tira toda la vajilla (la parte que se ha quebrado y la que no) a la basura. ¿Puede explicar esta práctica utilizando alguna de las teorías que hemos visto en clase?
- "Un buen contrato de incentivos debería estar basado exclusivamente en las variables de rendimiento sobre las que el empleado puede tener algún efecto a través de su conducta." ¿Verdadero o falso? ¿Por qué?
- Explique la lógica del funcionamiento de las opciones sobre acciones como instrumento de motivación para los altos directivos.

### 9. Mercados internos de trabajo, asignación de puestos y ascensos

- ¿Qué es un mercado interno de trabajo?
- Torneos y ascensos

#### Referencias

- Milgrom y Roberts (1993), cap. 11.
- Lazear (1998) *Personnel Economics for Managers*. New York, NY: John Wiley and Sons. Capítulo 9.

#### Prácticas

- El "principio de Peter":
  - a) ¿Qué es el "principio de Peter"?
  - b) Utilizando los argumentos vistos en clase, explique por qué los ascensos pueden ser una forma eficiente de motivar a los empleados.



### 10. Distribución de responsabilidades

- Jerarquías y optimalidad de la toma de decisiones
- Nuevas prácticas de recursos humanos: participación de los empleados, rotación, y trabajo en equipo.

---

#### **IV. EVALUACION**

---

El 65% de la nota dependerá del examen final, en el cual se evaluarán los conocimientos del alumno sobre toda la asignatura. A mitad de curso habrá un examen parcial referido sólo a la materia que se haya visto hasta esa fecha, y que contará un 25%. El 10% restante de la nota se determinará en función de la participación oral en clase.