



DIRECCION FINANCIERA I

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Obligatoria en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene por objetivo servir como introducción a 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. Riesgo

- 2.1. Algunas consideraciones acerca del riesgo y de la incertidumbre: concepto y tipos de riesgo.
- 2.2. Actitudes de los inversores hacia el riesgo.
- 2.3. Cuantificación del binomio riesgo-rentabilidad para un activo individual.
- 2.4. Cuantificación del binomio riesgo-rentabilidad para una cartera.
- 2.5. Calculo de la rentabilidad en compras a crédito y ventas en descubierto.
- 2.6. Conjunto de posibilidades de inversión y frontera eficiente para dos activos arriesgados.
- 2.7. Conjunto de posibilidades de inversión y frontera eficiente para múltiples activos arriesgados.
- 2.8. Conjunto de posibilidades de inversión y frontera eficiente cuando existe un activo libre de riesgo.
- 2.9. La línea del mercado de capitales (CML).
- 2.10. Diversificación y riesgo de un activo individual.
- 2.11. Introducción al modelo CAPM.
- 2.12. Hipótesis del modelo.
- 2.13. Ecuación del modelo.
- 2.14. Propiedades del CAPM.
- 2.15. Riesgo sistemático y riesgo específico.
- 2.16. Decisiones de inversión con CAPM.
- 2.17. Beta de los recursos propios y beta de los activos.
- 2.18. Contrastación y validez del modelo. Anomalías.



- 2.19. Títulos de deuda: bonos.
- 2.20. Valoración de bonos y rendimientos a la maduración
- 2.21. Estructura temporal de los tipos de interés.
- 2.22. Riesgo del tipo de interés.
- 2.23. Duración.
- 2.24. Gestión del riesgo de tipos.

Tema 3. Activos financieros derivados

- 3.1. Concepto de opción
- 3.2. Tipos básicos de opciones: put y call.
- 3.3. Análisis gráfico.

III. BIBLIOGRAFÍA

No se seguirá un manual determinado. Los libros de consulta recomendados son:

- Weston, Besley and Brigham, "Essentials of Managerial Finance". Dryden Press 1995. 11th edition.
- Weston and Copeland, "Financial Theory and Corporate Policy". Addison-Wesley, 1988. Third edition.
- Sharpe, Alexander and Baley, "Investments". US imports & PHIPes, 1998. Sixth edition
- Bodi, Kane and Marcus, "investments" McGraw Hill, 2001. Fifth edition.
- Brealey and Myers, "Fundamentos de financiación empresarial". McGraw Hill 1993. Fourth edition.

IV. EVALUACION

La calificación final de la asignatura se compone de:

Participación: 20%

Examen parcial: 30%

Examen final: 50%

La participación se medirá mediante ejercicios que se realizarán en clase y sin previo aviso. Los exámenes, tanto parcial como final, constarán de cuatro ejercicios en los que se intercalará teoría y práctica.



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 financieros y por una saturación creciente de productos y servicios. En estas circunstancias, las organizaciones empresariales que compiten por ganar y conservar clientes se enfrentan, día a día, con mayores dificultades para sobrevivir y prosperar. Son éstas las razones por las que, en las empresas, la dirección comercial, que tiene como objetivo fundamental la satisfacción de las necesidades de los consumidores, adquiere una importancia fundamental. Sólo las empresas que mantengan una cartera abundante de clientes satisfechos tendrán posibilidades de mantenerse competitivas.

Dentro de la asignatura de Dirección Comercial I, se expondrán los conceptos fundamentales de los distintos elementos de la función comercial, los distintos elementos del "marketing mix" y las relaciones existentes entre éstos. Adicionalmente se analizarán los efectos que las acciones comerciales 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:

- Berkowitz, E., Kerin, R., Hartley, S., y Rudelius, W. "*Marketing*" Boston: Irwin McGraw-Hill. 6th Edition. 2000.

Adicionalmente, los alumnos podrán consultar los libros de:

- Kotler, P. "*Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*". (Millenium Edition). Prentice Hall, 2000.
- Etzel, M., Walker, B., y Stanton, W., "*Marketing*" " Boston: Irwin McGraw-Hill. 12th Edition. 2000.

IV. EXÁMENES

Se realizarán dos exámenes durante el semestre, a mediados y al final. El primero valdrá 35% y será liberatorio. El segundo valdrá también 35%, por lo que ambos exámenes supondrán el 70% de la nota final.

V. RESÚMENES

Se considera fundamental para aprovechar el curso, la lectura atenta de todos los capítulos del libro y de diferentes artículos que puedan ser incluidos en este temario. En este sentido, se asume que los alumnos dedicarán tiempo para la lectura con el 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 todas las lecturas hechas. La entrega puntual de los resúmenes se valorará con un 30% de la nota final.

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 de costes, conocer sus posibilidades y limitaciones respecto a la elaboración de la información. Todo ello permitirá al alumno desarrollar criterios propios para diseñar aquel sistema de costes que responda mejor a las necesidades de cada empresa de acuerdo con sus circunstancias específicas.

II. CONTENIDO

PARTE PRIMERA: CONCEPTOS FUNDAMENTALES

TEMA 1. Concepto y contenido de la contabilidad de gestión.

- 1.1. Estrategia y táctica de las organizaciones empresariales.
- 1.2. El marco contable como soporte racional de las decisiones estratégicas y tácticas.
- 1.3. Concepto y objetivos de la contabilidad de gestión.
- 1.4. La contabilidad de gestión y el control.

TEMA 2. El ciclo contable de la contabilidad de gestión.

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



TEMA 3. Metodología de cálculo de los costes.

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

PARTE SEGUNDA: ANALISIS POR CLASES DE COSTES

TEMA 4. Coste de materiales.

- 4.1. Naturaleza del coste de materiales.
- 4.2. Objetivos de cálculo: Materiales directos e indirectos.
- 4.3. Problemas derivados de la valoración en un sistema de costes históricos.
- 4.4. Asignación del coste de materiales.

TEMA 5. Las diferencias de inventario.

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

TEMA 6. Coste de mano de obra.

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

TEMA 7. Costes indirectos.

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



PARTE TERCERA: ANALISIS POR LUGARES Y POR PORTADORES

TEMA 8. Acumulación de costes: órdenes de fabricación.

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

TEMA 9. Acumulación de costes: procesos.

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

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

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

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

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

TEMA 12. Producción conjunta.

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



PARTE CUARTA: 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%.



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. Sesgos 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*, 3rd edition.
- Ramanathan, R. (1998), "Introductory Econometrics with Applications", Dryden, 4th 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.



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:

Libro para leer en ordenador (en formato .pdf)

Libro para imprimir en papel (en formato.pdf)

Plande la asignatura (en formato. pdf)

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 o escritos** (sobre las cuestiones asociadas a los experimentos o sobre los términos clave) cada semana para los alumnos que les toque; y (c) **el examen final**. Para llegar a la nota final con este segundo método se dan los siguientes pasos. (1) Cada alumno obtendrá el resultado de multiplicar su nota media en los exámenes (sobre 10) por la suma de todos los puntos conseguidos en los experimentos. (2) La nota de clase de un alumno es lo obtenido en (1), multiplicado por 0,6 y dividido por la suma de los "handicaps" (que se indican entre corchetes en el enunciado) de los experimentos. (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. (2000): *Lecciones sobre el 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*, 1998.

CORONA, J.F.; DÍAZ, A. (2000): *Introducción a la Hacienda Pública*, Ed. Ariel, Barcelona.

IV. EVALUACION

Opción primera (restringida)

Fecha límite para presentar la solicitud de aceptación: 5 de octubre de 2001

- Examen parcial antes de Navidad (30 de noviembre): 4 puntos de la nota final. Consistirá en preguntas de desarrollo.
- Examen final de febrero: 4 puntos de la nota final. Preguntas tipo test.
- Exposiciones en público de un tema elaborado sobre algún aspecto relacionado con el Sector Público: 2 puntos de la nota final.



- Cada exposición la realizarán dos alumnos.
- Se puede sacar información, para elegir el tema, del manual básico de la asignatura o de los manuales de apoyo.
- El **5 de octubre** es la fecha tope para presentar un informe sobre el tema que se quiere desarrollar, aunque será más importante la participación ante el público.
- Puntuación: 1,5 presentación oral y 0,5 informe escrito.
- La aceptación o no del informe estará en función del interés y la relevancia del tema en el conjunto del temario de la asignatura, la originalidad del trabajo sugerido (no copia de libros) y la bibliografía que se vaya a consultar y que se especifique en el informe.

Opción segunda

- Examen parcial de diciembre: **5,5** puntos de la nota final. Consistirá en un preguntas de desarrollo.
- Examen final de febrero: **4,5** puntos de la nota final. Preguntas tipo test.
- Las personas que soliciten la primera opción y no sean aceptadas serán incluidas en esta opción. Lógicamente, también serán evaluadas según esta opción los alumnos que no presenten solicitud para la primera opción antes del 5 de octubre.



ECONOMIA APLICADA I

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El comercio internacional tiene una enorme trascendencia para el desarrollo económico de las naciones y para el bienestar de sus ciudadanos, pero esto es particularmente cierto en un contexto como el actual en el que se está produciendo una creciente globalización de las actividades económicas. Esta asignatura se propone familiarizar al alumno con las causas y las características de los intercambios reales –comercio de bienes y servicios– que se producen en la economía internacional, y proporciona los fundamentos básicos para un análisis crítico de la globalización. Para eso, se abordan temas como los beneficios del comercio internacional, argumentos a favor y en contra del proteccionismo, el concepto de ventaja comparativa, el comercio en mercados de competencia imperfecta, la influencia del comercio en la localización empresarial, y los fundamentos de la política comercial.

II. CONTENIDO

1. Introducción.
2. El concepto de ventaja comparativa: el modelo ricardiano.
3. El modelo de factores específicos.
4. El comercio y la dotación de recursos: el modelo Hecksher-Ohlin.
5. La competencia imperfecta y el comercio internacional.
6. Los movimientos internacionales de factores.
7. La política comercial: instrumentos y controversia proteccionismo-librecambio.
8. El comercio y el desarrollo económico.
9. Políticas comerciales estratégicas.

III. BIBLIOGRAFIA

- Kruman, Paul y Obstfeld, M. (2000): *Economía Internacional*. Teoría y Política, 5ª ed., Addison Wesley.



IV. EVALUACION

La nota final se compondrá de tres partes:

- a) Prácticas: 20%
- b) Examen parcial: 40%
- c) Examen final: 40%

Es necesario aprobar los dos parciales y las prácticas por separado. Si se suspende el examen parcial, el examen final vale el 80% de la nota. Se valorará la asistencia y la participación en clase.



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%



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, entendiéndola 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.¹

6. La ampliación de capital.
 - 6.1. Los derechos preferentes de suscripción.
 - 6.2. La prima de emisión de acciones
7. La reducción de capital.
 - 7.1. Oposición de acreedores.
 - 7.2. Contabilidad de las reducciones de capital.
 - 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.²
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.

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

² Documento AECA pasivos financieros, procedimiento de quit



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 BÉSTEIRO 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.

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. Paralelamente, se intenta que los alumnos aprendan a elaborar trabajos en equipo. 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.
- Cuadrado Roura, J.R. (dir.): *Convergencia regional en España. Hechos, tendencias y perspectivas*. Argenteria, Madrid, 1998.
- FUNCAS: *Cuadernos de Información Económica* (varios números)
- *Papeles de Economía Española* (varios números)
- Nijkamps, P. (ed): *Handbook of Regional and Urban Economics* (volúmenes 1 al 3), Elsevier, Amsterdam, 1996.

IV. EVALUACION

Los estudiantes podrán elegir entre dos formas de evaluación. La primera consiste en realizar un trabajo relacionado con el programa y los objetivos de la asignatura. Se trata de poner al día los resultados que se presentan en la obra colectiva que dirige el profesor Cuadrado Roura: *Convergencia regional en España*, citada en la bibliografía. Cada grupo de alumnos elegirá uno de los capítulos de dicha obra, que se estudiará, se pondrá al día con los datos que busque el propio equipo de trabajo y con el empleo de la metodología que utiliza el autor o autores del capítulo. A lo largo del curso cada grupo expondrá en clase una síntesis del tema de que se trate y la aportación del grupo, destacando las semejanzas y/o diferencias, si las hubiera, con las conclusiones que obtienen los autores. Cada capítulo se asignará a un grupo de tres estudiantes, por orden riguroso de inscripción.

Quienes prefieran otra forma de evaluación deben seguir la asignatura en las clases, elaborar las respuestas a las diez lecciones del programa y realizar el examen final.



TEOLOGIA: LA IGLESIA Y LA EXISTENCIA CRISTIANA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Optativa en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura ofrece una introducción al Cristianismo, es decir, una descripción abarcante del contenido de la fe cristiana. En el estudio de la materia es importante advertir la visión del mundo y del hombre que la fe cristiana configura. Se recorren las grandes cuestiones: Dios, fe y cultura, religión, sociedad, ciencia y fe, la persona de Jesucristo, la Iglesia, la novedad de la vida cristiana, etc. Se tiene especialmente en cuenta la justificación intelectual de la fe cristiana en el pluralismo ideológico actual.

II. CONTENIDO

PARTE I: DIOS PADRE

Introducción. 1. La cuestión del "sentido" de la vida. 2. El sentido religioso del hombre.

Tema 1. EL ACCESO AL MISTERIO DE DIOS. Introducción. A) EL HOMBRE HACIA DIOS: 1. El acceso a Dios desde el hombre. 2. El conocimiento "natural" de Dios. 3. Las "pruebas" de la existencia de Dios. 4. El misterio de Dios. B) DIOS HACIA EL HOMBRE: 1. La revelación, autocomunicación de Dios al hombre. 2. La fe, respuesta del hombre a Dios. 3. La Iglesia, comunidad de los creyentes y depositaria de la fe. 4. La Sagrada Escritura, "norma" de la fe. 5. Interpretación de la Escritura en la Iglesia. 6. Tradición y tradiciones. 7. Significado de los "dogmas".

Tema 2. EL SER DE DIOS REVELADO EN LA HISTORIA. 1. El ser de Dios 2. Dios en el Antiguo Testamento 3. Dios en el Nuevo Testamento. 4. Dios, uno y único 5. Esencia y atributos de Dios. 6. Los nombres de Dios. 7. Dios, sujeto personal. 8. Jesucristo, Hijo de Dios. La personalidad de Jesús. 9. El Espíritu, Señor y "dador de vida". 10. Dios Trinitario, Padre, Hijo y Espíritu Santo.

Tema 3. DIOS, CREADOR. 1. El diálogo entre la ciencia y la teología 2. Creación y evolución. 3. Los relatos de Génesis. 4. Aspectos de la creación. 5. Dios conserva y cuida el mundo. 6. La providencia de Dios. 7. La tierra, espacio vital del hombre: Dios creador de "cielos y tierra". 8. Las criaturas espirituales

Tema 4. EL HOMBRE Y LA CREACION. El hombre como ser creado. Su "novedad". 2. El hombre, imagen de Dios. 3. Esencia del hombre. 4. La vocación del hombre a la comunión con Dios. 5. La presencia del mal en la historia humana. 6. El origen del mal. 7. El "estado original". 8. El primer pecado y el pecado original en la humanidad. 9. La esperanza de la humanidad en la salvación.



PARTE II: JESUCRISTO, EL HIJO ENCARNADO

Tema 5. VIDA Y MENSAJE DE JESUCRISTO. 1. Las fuentes históricas sobre Jesús. 2. La predicación de Jesús y el evangelio del Reino. 3. Las acciones de Jesús.

Tema 6. JESUCRISTO, EL HIJO ENCARNADO. 1. Jesucristo, hombre verdadero. 2. Jesucristo, "Dios y Señor". 3. Jesucristo, Hijo de Dios encarnado. 4. Jesucristo, centro de la historia. 5. María en el Evangelio. 6. María, Madre de Dios y Madre de los hombres. 7. María, Virgen. 8. María, "inmaculada" y "llena de gracia", exaltada a la gloria

Tema 7. JESUCRISTO, SALVADOR. A) MUERTE: 1. Jesús, condenado a la cruz. 2. La muerte redentora de Jesús. 3. Significado victorioso de la cruz. B) RESURRECCIÓN Y ASCENSIÓN: Introducción. 1. Los testimonios. 2. Los relatos y los testigos. 3. La resurrección, fundamento de la esperanza cristiana. 4. La resurrección, glorificación de Jesucristo 5. La ascensión. 6. Sentado a la derecha del Padre. 7. La vuelta de Cristo en la gloria.

PARTE III: EL ESPIRITU SANTO Y LA IGLESIA

Tema 8. LA VIDA EN EL ESPIRITU SANTO. 1. La presencia por la gracia del Espíritu Santo. 2. La llamada universal a la salvación. 3. La "justificación" en el Espíritu Santo. 4. La vida nueva de la gracia. 5. La transformación del mundo por la gracia

Tema 9. LA IGLESIA DE JESUCRISTO. A) ORIGEN: 1. La fe en la Iglesia. 2. La Iglesia preparada en el AT y fundada por Jesucristo. 3. La Iglesia en el mundo. 4. Iglesia y salvación. 5. La Iglesia local y la Iglesia universal. B) NATURALEZA: 1. El misterio de la Iglesia. 2. La Iglesia, Pueblo de Dios. 3. La Iglesia, Cuerpo de Cristo. 4. La Iglesia, templo del Espíritu Santo. 5. La comunión de los santos. C) PROPIEDADES: 1. La unidad. 2. La santidad. 3. La catolicidad. 4. La apostolicidad. D) ESTRUCTURA: 1. El sacerdocio común cristiano. 2. El ministerio sacerdotal. 3. El ministerio del Sucesor de Pedro

Tema 10. EL MINISTERIO DE LA PALABRA Y LOS SACRAMENTOS. 1. El significado salvador de la Palabra. 2. La Palabra en la Iglesia. 3. El magisterio de la Iglesia. 4. La infalibilidad. 5. Los sacramentos como confesión de fe en Dios. 6. Los sacramentos como acciones de Cristo. 7. Los sacramentos como acciones salvíficas. 8. Los sacramentos como acciones de la Iglesia. 9. Los sacramentales

Tema 11. EL BAUTISMO Y LA CONFIRMACION. A) BAUTISMO: 1. El Bautismo, fundamento de la vida cristiana. 2. El Bautismo, sacramento de la regeneración. 3. El Bautismo, incorporación a la Iglesia. 4. El Bautismo de los niños. B) CONFIRMACIÓN: 1. La Confirmación, sacramento del crecimiento cristiano. 2. El don del Espíritu de la Confirmación.

Tema 12. LA EUCARISTIA. 1. La Eucaristía en la vida de la Iglesia. 2. La presencia eucarística de Cristo. 3. La Eucaristía, memorial del sacrificio de la Cruz. 4. La Eucaristía, sacramento de la unidad del Cuerpo de Cristo. 5. Estructura de la celebración.

Tema 13. LA PENITENCIA SACRAMENTAL Y LA UNCIÓN DE LOS ENFERMOS. A) PENITENCIA: 1. La conversión y penitencia en general. 2. La penitencia sacramental. 3. Las indulgencias. B) UNCIÓN DE LOS ENFERMOS: 1. La enfermedad y el dolor en la fe cristiana. 2. La unción de los enfermos



Tema 14. EL SACRAMENTO DEL ORDEN Y DEL MATRIMONIO. A) EL ORDEN: 1. La vocación y misión de los Doce. 2. La sucesión en el ministerio de los Doce. 3. Articulación del ministerio: obispos, presbíteros, diáconos. 4. El signo sacramental del Orden. 5. El celibato ministerial. B) MATRIMONIO: 1. Idea cristiana del matrimonio y la familia. 2. Sacramentalidad del matrimonio cristiano. 3. El signo sacramental. 4. "Propiedades" del matrimonio.

PARTE IV: DE LA HISTORIA A SU CONSUMACIÓN

Tema 15. LA RESURRECCION Y LA VIDA ETERNA. Introducción. 1. La muerte. 2. La vida tras la muerte. 3. La persistencia del alma humana. 4. La resurrección de la carne. 5. La manifestación de Cristo y el juicio final. 6. Cielo. 7. Infierno. 8. El purgatorio. 9. "Cielo nuevo y tierra nueva".

III. BIBLIOGRAFIA

Para la preparación del examen son indispensables los Esquemas del Folleto "Introducción al Cristianismo" que está a disposición en el Servicio de Fotocopias del Edificio de Derecho. Constituyen la base del estudio y de las clases. Para otras eventuales lecturas voluntarias, pueden dirigirse al Profesor de la asignatura.

IV. EVALUACION

La asistencia es indispensable para el seguimiento de la asignatura. El examen escrito consta de la exposición de un tema (o parte de un tema) del programa, calificado de 1 a 4 puntos; y de 6 preguntas breves calificadas con 1 punto cada una.



DIRECCION FINANCIERA II

Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Obligatoria en ECONOMIA

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene por objetivo servir como introducción a 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

Tema 2. Estructura óptima de capital

- 2.1. El modelo de M-M en un universo con impuestos corporativos
- 2.2. WACC en el modelo teórico
- 2.3. Síntesis de CAPM Y M-M
- 2.4. Las desviaciones de la vida real respecto del modelo teórico.

Tema 3. Financiación mediante títulos de capital y deuda

- 3.1. Los recursos propios de la empresa: el capital
- 3.2. La deuda

Tema 4: Política de dividendos: teoría

- 4.1. Irrelevancia de la política de dividendos en un universo sin impuestos.
- 4.2. Política de dividendos, crecimiento y creación de valor
- 4.3. Factores determinantes de la política de dividendos
- 4.4. Los seudodividendos

Tema 5: Gestión del circulante

Tema 6: Gestion financiera en un contexto internacional

III. BIBLIOGRAFÍA

No se seguirá un manual determinado. Los libros de consulta recomendados son:

- Ross, Westerfield and Jaffe, "Finanzas corporativas". McGraw Hill 1999. Fith edition.



- Weston and Copeland, "Financial Theory and Corporate Policy". Addison-Wesley, 1988. Third edition.
- Sharpe, Alexander and Baley, "Investments". US imports Et PHIPes, 1998. Sixth edition
- Bodi, Kane and Marcus, "investments" McGraw Hill, 2001. Fith edition.
- Brealey and Myers, "Fundamentos de financiación empresarial". McGraw Hill 1993. Fourth edition.
- Marín, José M. y Rubio, G. Ed. Antonio Bosch. 2001

IV. EVALUACION

Con el propósito de conseguir una educación más personalizada, se han ideado dos itinerarios:

Itinerario 1: dirigido a alumnos con un claro interés por las finanzas.

La nota final se compone de:

Caso práctico: 40% (*)

Examen parcial: 20%

Examen final: 40%

(*) El primer día de clase se explicara en detalle el contenido del caso práctico.

Itinerario 2: dirigido al resto de los alumnos:

Examen Parcial: 30%

Examen Final: 70%



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 de Mercados.

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

Dubois, B. (1998). *Comportamiento del Consumidor*. Prentice Hall.

Hair, J., Bush, R. Y Ortinau, D. (2000). *Marketing Research*. Irvin-McGraw Hill.

IV. EXÁMENES

Se realizará dos exámenes durante el cuatrimestre, a mediados del cuatrimestre y al final. El primero valdrá 40% y el segundo 40% 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 a lo largo de la duración del semestre. En este sentido, se asume que los alumnos dedicarán tiempo para la lectura con el fin de poder participar en la discusión de durante el tiempo de clase. Con el objeto de comprobar que las lecturas han sido hechas, se pedirá a los alumnos que entreguen resúmenes de las mismas. Los resúmenes tendrán un valor del 20% de la nota final.

Adicionalmente, los alumnos deberán leer con asiduidad periodicos especializados en Economía y Empresa, eligiendo aquellos artículos relacionados con el Marketing que juzguen de mayor interés. Los artículos serán discutidos brevemente en clase. Los alumnos, a propuesta del profesor, deberán consultar direcciones electrónicas de una serie de empresas a fin de presentar informes de un folio sobre las actividades de Marketing desarrolladas por éstas. Además, podrán consultar dudas y desarrollar ideas con el profesor a través del correo electrónico (larabade@unav.es).

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 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.



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%.



Troncal en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El curso pretende introducir al alumno en dos nuevas técnicas econométricas, el análisis univariante de series temporales y los modelos con variables dependientes cualitativas y limitadas. En la primera se proporcionan los instrumentos básicos para identificar, estimar y validar los procesos estocásticos que han generado distintas series económicas, y a predecir a partir de ellos. En la segunda, los alumnos aprenden a trabajar con modelos econométricos en los que la variable dependiente tiene una naturaleza cualitativa o se observa de forma limitada. En los dos casos, la asignatura tiene un contenido eminentemente aplicado.

II. CONTENIDO

PARTE I. ANALISIS UNIVARIANTE DE SERIES TEMPORALES

Tema 1: Introducción. Definiciones previas.

Procesos estocásticos y series temporales. Estacionariedad. Las funciones de autocovarianza y autocorrelación. Ejemplos.

Tema 2: Procesos estocásticos lineales.

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

Tema 3: Procesos estocásticos no estacionarios.

Paseo aleatorio. Procesos ARIMA(p,d,q). Propiedades e interpretación económica.

Tema 4: Metodología de Box-Jenkins (I, II). Identificación, estimación y diagnóstico.



Análisis de la estacionariedad en media y varianza. Identificación y estimación de series temporales. Diagnóstico de residuos. Criterios de selección de modelos. Ejemplos.

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

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

PARTE II. VARIABLES DEPENDIENTES CUALITATIVAS Y LIMITADAS

Tema 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. Ejemplos.

Tema 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.
- Enders, W. (1995), *Applied Econometric Time Series*, Wiley Series in Probability and Mathematical Statistics.
- Greene, W.H. (1998), *Análisis Econométrico*, Prentice Hall, 3ª edición.
- Novales, A. (1993), *Econometría*, McGraw-Hill, 2ª edición.
- Pindyck, R. Y Rubinfeld, D. (1991), *Econometric Models & Economic Forecasts*, 3rd edition.

IV. EVALUACION

Ejercicios y prácticas: 20%

Examen parcial: 30%

Examen final Junio: 50%

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Curso 2000-01



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", (3rd edition), 1991.

IV. EVALUACION

a. Examen práctico en junio y prácticas en grupo: 15%

b. Examen teórico en junio: 85%



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



Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de la asignatura es la caracterización teórica de los ingresos públicos y el estudio de sus efectos sobre los agentes económicos. Se procede en primer lugar al análisis económico de la imposición (eficiencia y equidad de los impuestos). La segunda parte se consagra al estudio del sistema fiscal, con el análisis teórico de los principales impuestos. En la última parte se presentan otras fuentes de ingresos: los precios públicos, el endeudamiento y la privatización.

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



ECONOMIA APLICADA II

Troncal en ECONOMIA

Optativa en ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

I. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de la asignatura es familiarizar al alumno con los aspectos monetarios y financieros de la economía internacional. Pretende ofrecer unos conocimientos básicos de los aspectos más relevantes de los mercados financieros internacionales. En la segunda parte se analizan los fundamentos microeconómicos de una economía abierta mediante modelos no monetarios y monetarios. Finalmente, la última parte del programa está dedicada al estudio de las crisis financieras en las distintas propuestas de reforma del sistema monetario internacional.

II. CONTENIDO

I FINANZAS INTERNACIONALES

1. Mercados de divisas: Estructura del mercado e instituciones.
2. Condiciones de paridad internacional: Paridad del poder adquisitivo y Paridad de los tipos de interés.
3. Determinación de los tipos de cambio.
4. Mercados financieros "Offshore".

II FUNDAMENTOS MICRO DE UNA ECONOMÍA ABIERTA

1. Un modelo de economía abierta sin dinero: Comercio intertemporal y balanza por cuenta corriente.
2. Un modelo de economía abierta con dinero: Tipos de cambio fijos y flexibles.

III ENTORNO INTERNACIONAL

1. Crisis recientes en mercados emergentes.
2. Integración económica global.
3. ¿Es necesario un nuevo diseño de las instituciones financieras?



III. BIBLIOGRAFÍA

Richard M. Levich (2001) "International Financial Markets", Mc-Graw Hill.

Carl E. Walsh (2000) "Monetary Theory and Policy", MIT Press

Maurice Obstfeld et al. (1998). "Foundations of International Macroeconomics", MIT Press
Lecturas de Economía Aplicada II, 2002.

IV. EVALUACION

Ejercicios: 20 %

Comentarios: 30 %

Examen Final: 50 %



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.
- Piettre, A. *"Las tres edades de la economía"*, Madrid 1962.
- Prados, L. y Amaral, S. *"La independencia americana: consecuencias económicas"*, Madrid 1993.
- Rodríguez Casado, V. *"Orígenes del capitalismo y del socialismo contemporáneo"*, Madrid 1981.
- Stein, G. *"El arte de gobernar según Peter Drucker"*, Barcelona 1999.
- Vázquez de Prada, V. *"Historia económica mundial"*, Pamplona 1999.
- Weber, M. *"La ética protestante y el espíritu del capitalismo"*, Barcelona 1969.

LECTURAS OBLIGATORIAS

- Vázquez de Prada: *"Historia económica mundial"*: Las 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.

Habrá 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.



Universidad
de Navarra

Estos trabajos se consideran muy recomendables para quienes, por razones justificadas, no puedan asistir a clase.



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 $BC=50p-T$.

- a) Suponga que Look decide abrir su propia tienda. ¿Qué precio deberá fijar? ¿Cuánto beneficio ganará?
- b) Suponga ahora que Look decide firmar un contrato con El Corte Inglés. ¿Qué precio p^* debería fijarse si se quisiese maximizar el valor total?
- c) 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.
- d) 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.
 - a) 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?
 - b) 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?
 - c) 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 "SttL" (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 un 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.