



ECONOMETRÍA I

PRESENTACION

Profesora: Juncal Cuñado (jcunado@unav.es)

Horario de atención de alumnos: Jueves, de 11:00 a 12:30 y Viernes, de 9:30 a 11:00

Despacho: 2811

CONTENIDO

1. Modelo de regresión lineal simple.
2. Modelo de regresión lineal general: estimación.
3. Modelo de regresión lineal general: contraste de hipótesis.
4. Modelo de regresión lineal general con información cualitativa (variables ficticias).
5. Multicolinealidad y errores de especificación.
6. Heteroscedasticidad.
7. Autocorrelación.

EVALUACION

- Ejercicios y prácticas en ordenador: 10%
- Examen parcial: 25%
- Examen final: 65%

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía Básica

- Wooldridge, J.M., 2006, Introducción a la Econometría: un enfoque moderno, Thomson Learning.

Bibliografía complementaria

- Gujarati, D.N., 2004, Basic Econometrics, McGraw Hill, 4ª edición.
- Ramanathan, R., 2002, Introductory Econometrics with Applications, Harcourt College Publishers, 5th edition.

ECONOMIA APLICADA I

OBJETIVOS

La Economía Internacional no difiere sustancialmente del resto de ramas de la Economía. De hecho, sus métodos de análisis son idénticos, puesto que los distintos agentes económicos actúan siempre en respuesta a los incentivos que encuentran. La diferencia principal radica en la materia objeto de estudio, que en Economía Internacional está constituida por todas las interacciones económicas entre agentes residentes o pertenecientes a naciones soberanas distintas. Todas esas interacciones forman dos grandes campos de estudio: el comercio internacional y las finanzas internacionales.

La asignatura de Economía Aplicada I se centra en el comercio internacional de bienes y servicios, uno de los fenómenos económicos con mayores repercusiones en el debate político que acompaña a la globalización. Desde la deslocalización de empresas hasta el calentamiento global, son muchas las cuestiones polémicas que, de una u otra forma, están relacionadas con el comercio internacional.

El objetivo con que se ha diseñado el programa de esta materia es doble. En primer lugar, que los alumnos conozcan las distintas dimensiones del comercio internacional y comprendan tanto sus causas como sus consecuencias. Para ello, la primera parte del programa procura que el estudiante se familiarice con los principales modelos de la teoría económica relevante. La segunda parte del programa se dirige al logro del otro gran objetivo: que el alumno sea capaz de trasladar sus conocimientos teóricos al estudio de los acontecimientos y controversias más actuales en materia de comercio internacional, comenzando por el debate entre proteccionismo y libre comercio. Esto le permitirá elaborar una opinión bien informada y rigurosa acerca de dichas cuestiones.

Objetivos de contenido

1. Lograr una comprensión de la importancia del comercio internacional como fenómeno propio de las economías de nuestro tiempo.
2. Alcanzar un conocimiento solvente de los modelos explicativos del comercio internacional.
3. Conocer las cuestiones que más debate suscitan alrededor del comercio internacional.

Habilidades y actitudes

1. Espíritu crítico frente a opiniones e ideas, tanto propias como ajenas.
2. Capacidad de análisis riguroso, especialmente en el caso de cuestiones



- controvertidas.
3. Capacidad de recabar, procesar y presentar información.
 4. Competencia en el recurso a Internet como fuente de información.
 5. Buena expresión escrita y oral.

CONTENIDOS

I. CUESTIONES PRELIMINARES:

1. El Comercio Internacional y la Globalización.
2. La Balanza de Pagos y la Balanza Comercial.
3. La Organización Mundial del Comercio

II. EL MARCO TEÓRICO:

4. El Modelo Ricardiano
5. El Modelo Heckscher-Ohlin.
6. Competencia Imperfecta y Comercio Internacional.

III. DEBATES ACTUALES EN TORNO AL COMERCIO INTERNACIONAL:

7. Librecomercio frente a Proteccionismo.
8. El Comercio Internacional y los Estándares Laborales y Medioambientales.
9. El Comercio Internacional y el Desarrollo.

BIBLIOGRAFIA

En el desarrollo de esta asignatura, no seguiremos ningún manual concreto, sino que utilizaremos diferentes referencias. Esta bibliografía se irá actualizando a lo largo del curso:

Para el tema dedicado a la OMC, la mejor fuente es la web de la propia



organización www.wto.org

Para el tema dedicado al debate sobre los efectos medioambientales del Comercio, tenéis disponible en la sección de documentos de ADI el artículo The Environment and Economic Globalization, de J.A. Frankel

Muchos de los temas, aunque no todos, pueden estudiarse por el manual de P.R. Krugman y M. Obstfeld (2003) *International Economics*. Sixth edition. Addison Wesley. (Otras ediciones en castellano o inglés están disponibles y son igualmente válidas).

ECONOMÍA DEL SECTOR PÚBLICO I

Profesor encargado: Juan Carlos Molero.
Despacho: Secretaría de la Facultad,
Asesoramiento: lunes de 4:30 a 6:30 y martes de 11 a 12.
Email: jcmolero@unav.es

Nota: de los contenidos que se incluyen a continuación el objetivo es dar los 8 primeros temas. El 9 y el 10 en función del tiempo.

CONTENIDO

PARTE I: LA ACTUACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO

1. Definiciones y conceptos preliminares.
2. El porqué de la intervención pública.
3. La teoría de los bienes públicos.
4. La teoría de las externalidades.
5. La elección pública.

PARTE II: EL COMPORTAMIENTO DEL GASTO PÚBLICO

6. Gasto público: evolución y eficiencia.
7. Seguridad Social I: prestaciones económicas.
8. Seguridad Social II: el gasto en sanidad.
Otros gastos sociales.



9. Los Presupuestos Generales del Estado 2006.

PARTE III: FEDERALISMO FISCAL

10. Descentralización y federalismo fiscal.

REFERENCIAS GENERALES

Bibliografía básica

ALBI, E., GONZÁLEZ-PÁRAMO, J. M. y ZUBIRI, I. (2004): *Economía pública I*, Ed. Ariel, Barcelona

Complementaria

MOLERO, J.C. y PUJOL, F. (2002): "El papel económico del Sector Público", capítulo 16, pp. 381-411, en: Martínez Chacón, E. y García Alonso, J.M.: *Economía Española*, Ed. Ariel, Barcelona.

MOLERO, J.C. PUJOL, F. (2002): "El Sector Público en las economías de mercado", capítulo 12, pp. 301- 331, en: Martínez Chacón, E. y García Alonso, J.M.: *Economía Mundial*, Ed. Ariel, Barcelona.

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.

UTRILLA DE LA HOZ, A.; URBANOS, R.M. (2001): *La Economía Pública en Europa*, Ed. Síntesis, Madrid.

ALBI, E.(2000): *Público y privado*, Ed. Ariel, Barcelona.

EVALUACIÓN



Fecha límite para elegir la opción A: 11 de octubre.

Comunicar a JCMolero, personalmente o vía email: jcmolero@unav.es

El alumno que no comunique nada a partir de esa fecha se entiende que opta por la opción B.

Opción A: Exposición pública en el aula de un trabajo realizado por el alumno. El tema se acordará con el profesor. Plazas limitadas.

- Examen parcial antes de Navidad: **3** puntos de la nota final. Consistirá en un test.
- Examen final de febrero: **4** puntos de la nota final. Consistirá en preguntas de desarrollo y razonar.
- Exposición pública: **3** puntos.

Opción B: Resto de alumnos.

- Examen parcial antes de Navidad: **4** puntos de la nota final. Consistirá en un test.
- Examen final de febrero: **6** puntos de la nota final. Consistirá en preguntas de desarrollo y razonar.



MICROECONOMIA III

TEMARIO

1. Decisión con incertidumbre

- 1.1. Planteamiento
- 1.2. Formalización
- 1.3. El riesgo
- 1.4. La utilidad esperada
- 1.5. Dominio estocástico
- 1.6. La utilidad esperada subjetiva
- 1.7. Dificultades
- 1.8. Psicología de la decisión

2. Expectativas e información

- 2.1. ¿Qué son las expectativas?
- 2.2. Ejemplos
- 2.3. Tipos de expectativas
- 2.4. Expectativas que se autocumplen
- 2.5. Información
- 2.6. El valor de la información
- 2.7. Modelos de búsqueda
 - 2.7.1. Número óptimo de búsquedas
 - 2.7.2. Búsqueda secuencial

3. Mercados e incertidumbre

- 3.1. Incertidumbre en el precio
- 3.2. Incertidumbre en la cantidad



- 3.3. Incertidumbre y discriminación de precios
 - 3.3.1. Precio y cantidad con demanda aleatoria
 - 3.3.2. Discriminación de precios con demanda aleatoria
- 3.4. Distribuciones de precios
- 3.5. Seguros
 - 3.5.1. Oferta de seguros
 - 3.5.2. Contratos de seguros
- 3.6. Activos
 - 3.6.1. Inversión en bolsa
 - 3.6.2. El Modelo de Precios de Activos de Capital
 - 3.6.3. Precio de los derivados
- 3.7. Futuros
 - 3.7.1. Los contratos de futuros
 - 3.7.2. La especulación en el mercado de futuros
 - 3.7.3. Un mercado de futuros

- 4. Juegos
 - 4.1. Nociones básicas
 - 4.1.1. Definiciones de equilibrio
 - 4.1.2. Ejemplos de juegos
 - 4.1.3. Estrategias mixtas
 - 4.2. Juegos Dinámicos
 - 4.2.1. Información
 - 4.2.2. Inducción hacia atrás
 - 4.2.3. Perfección en subjuegos
 - 4.2.4. Otros equilibrios
 - 4.2.5. Juegos repetidos
 - 4.3. Juegos cooperativos
 - 4.3.1. Negociación
 - 4.3.2. Juegos cooperativos

- 5. Información asimétrica
 - 5.1. Selección adversa
 - 5.2. Mercado de trabajo
 - 5.3. Señalización
 - 5.3.1. Un juego de señalización
 - 5.4. Qué es riesgo moral
 - 5.4.1. Por qué se produce el problema del riesgo moral
 - 5.5. Reparto de riesgos
 - 5.6. Acciones ocultas
 - 5.7. Información oculta
 - 5.8. Torneos

- 6. Subastas, votaciones y mecanismos
 - 6.1. Subastas



- 6.1.1. Tipos básicos
- 6.1.2. Supuestos
- 6.1.3. El modelo básico
- 6.1.4. Consideraciones
- 6.2. Votaciones
 - 6.2.1. Métodos
 - 6.2.2. Votante mediano
 - 6.2.3. Intensidad de las preferencias
 - 6.2.4. Teoremas de imposibilidad
- 6.3. Diseño de mecanismos
 - 6.3.1. Nociones y teoremas básicos
 - 6.3.2. El mecanismo de Clarke

DIRECCION FINANCIERA I

TEMARIO:

PARTE I: INTRODUCCION.

- Tema 1. Introducción a las Finanzas.
- Tema 2. Instrumentos Financieros.

PARTE II: TEORIA DE CARTERAS.

- Tema 3. Tipos de Interés y Primas de Riesgo.
- Tema 4. Riesgo y Aversión al Riesgo.
- Tema 5. Carteras de un activo libre de riesgo y un activo arriesgado.
- Tema 6. Carteras óptimas de activos arriesgados.

PARTE III: MODELOS DE VALORACIÓN DE ACTIVOS. EQUILIBRIO EN LOS MERCADOS DE CAPITAL.

- Tema 7. El modelo CAPM.
- Tema 8. Modelos de índices.
- Tema 9. Teoría de arbitraje. Modelos multifactoriales de Riesgo-Rentabilidad.
- Tema 10. Eficiencia de Mercado y Finanzas del Comportamiento.
- Tema 11. Evidencia empírica de los modelos de valoración.

PARTE IV: ACTIVOS DE RENTA FIJA.

Tema 12. Precio y Rendimiento de los Bonos.

Tema 13. Estructura temporal de los tipos de interés.

Tema 14. Gestión de carteras de renta fija.

PARTE V: OPCIONES, FUTUROS Y OTROS DERIVADOS.

Tema 15. Mercados de Opciones: Introducción.

Tema 16. Valoración de Opciones.

Tema 17. Mercado de Futuros.

BIBLIOGRAFIA

Enlaces interesantes

- **Finanzas en la Facultad de Económicas**

[Itinerario de Finanzas \(Presentación\)](#)

[Itinerario de Finanzas \(Información completa\)](#)

[Club de Finanzas](#)

- **Prensa económica**

[Expansión](#)

[Cinco Días](#)

[La Gaceta de los Negocios](#)

[Financial Times](#)

[The Wall Street Journal](#)

- **Revistas**

[Capital](#)



Dinero

Actualidad Económica

The Economist

- **Instituciones**

Comisión Nacional del Mercado de Valores

Bolsa de Madrid

Banco de España

Banco Central Europeo

CONTABILIDAD DE GESTIÓN I

OBJETIVOS

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 hincapié 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.

CONTENIDO

El contenido de la asignatura se corresponde con un curso básico de contabilidad de gestión. En él se cubren los aspectos más relevantes para el diseño de un sistema de costes, tales como: Objetivos y alcance de la contabilidad de gestión; Tipos de costes; Fases en el cálculo de costes; problemática de la localización, reparto, distribución e imputación de costes. Costes de materiales, gestión de inventarios y control de diferencias. Reparto de costes indirectos: la unidad de obra; Costes de órdenes de fabricación y costes por proceso; Costes de subactividad e ineficiencia.

METODOLOGÍA:

Todos los ejercicios son distintos aunque para resolverlos tengan que utilizarse los mismos conceptos y aplicarse técnicas similares.

Es muy distinto entender cómo alguien ha solucionado un ejercicio que saber resolverlo. Por ello, la única forma de aprender contabilidad de gestión es intentar solucionar los casos o ejercicios personalmente y contrastar después con la solución propuesta en clase. El ritmo de aprendizaje no es constante. Es especialmente importante adquirir lo antes posible un profundo conocimiento de la estructura y conceptos básicos. No hay que aprender nada de memoria. En el caso de que necesiten complementar los apuntes de clase para entender los conceptos básicos o dominar las técnicas requeridas, pueden utilizar cualquier manual incluido en la bibliografía básica recomendada.

BIBLIOGRAFÍA:

El contenido de la asignatura se corresponde con un curso básico de contabilidad de gestión. En él se cubren los aspectos más relevantes para el diseño de un sistema de costes, tales como: Objetivos y alcance de la contabilidad de gestión; Tipos de costes; Fases en el cálculo de costes; problemática de la localización, reparto, distribución e imputación de costes. Costes de materiales, gestión de inventarios y control de diferencias. Reparto de costes indirectos: la unidad de obra; Costes de órdenes de fabricación y costes por proceso; Costes de subactividad e ineficiencia.



DIRECCIÓN COMERCIAL I

OBJETIVOS

Asignatura que tiene por objetivo el introducir a los alumnos al Marketing.



TEMARIO

1. El Marketing en la Empresa y en la Economía.

Los fundamentos del Marketing. La gestión del 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 Públicas 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 Públicas. La Promoción de Ventas.

17. El plan comercial: organización y control.

El plan comercial. Concepto de planificación comercial. Formulación del plan comercial. Análisis de la situación. Definición de los objetivos. Desarrollo de acciones estratégicas. Evaluación, organización e implantación del plan comercial.

D. Dirección del proceso de Marketing

18. Marketing de productos de consumo.

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

19. Marketing industrial.

Concepto y características del marketing industrial. Los mercados industriales. Los productos industriales. El plan de marketing industrial.

20. El marketing de servicios.

Aplicación del marketing a los servicios. Concepto y clasificación de los servicios. Características diferenciales de los servicios. Estrategias de marketing de los servicios.

21. Marketing no empresarial.

La ampliación del concepto de Marketing. Marketing público y de instituciones no lucrativas. Marketing social. Marketing político y electoral.

22. Marketing internacional.

Concepto y características del marketing internacional. Los mercados exteriores. Práctica y estrategia del marketing internacional. La investigación de mercados internacionales.



BIBLIOGRAFÍA

- *Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius MARKETING* (séptima edición) McGraw-Hill.

TECNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION I

PRESENTACION

Profesora: Juncal Cuñado (jcunado@unav.es)

Horario de atención de alumnos: Jueves, de 11:00 a 12:30 y Viernes, de 9:30 a 11:00

Despacho: 2811

CONTENIDO

8. Modelo de regresión lineal simple.
9. Modelo de regresión lineal general: estimación.
10. Modelo de regresión lineal general: contraste de hipótesis.
11. Modelo de regresión lineal general con información cualitativa (variables ficticias).
12. Multicolinealidad y errores de especificación.
13. Heteroscedasticidad.
14. Autocorrelación.

EVALUACION

- Ejercicios y prácticas en ordenador: 10%
- Examen parcial: 25%
- Examen final: 65%

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía Básica



- Wooldridge, J.M., 2006, Introducción a la Econometría: un enfoque moderno, Thomson Learning.

Bibliografía complementaria

- Gujarati, D.N., 2004, Basic Econometrics, McGraw Hill, 4^a edición.
- Ramanathan, R., 2002, Introductory Econometrics with Applications, Harcourt College Publishers, 5th edition.

ECONOMETRIA II

OBJETIVOS

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. curso serán tratados temas como las sucesiones de números reales (recta real, concepto de límite, etcétera), series de números reales (criterios de convergencia, sucesiones, sumas de series...), límites y continuidad, derivadas, funciones primitivas (definición de integral, áreas y volúmenes, etc.), funciones de varias variables (derivadas parciales, gradiente de una función lineal, teorema y Taylor, ...). Desarrollos en series de potencias y ecuaciones diferenciales serán ampliamente tratados a lo largo del segundo semestre. Como en cualquier asignatura de carácter cuantitativo, la aplicación de estos conceptos a la resolución y análisis de problemas económicos acompañarán a las clases teóricas.

CONTENIDOS

1. Introducción
2. Procesos ARMA
3. Estimación
4. Contrastes de Hipótesis
5. Estacionalidad
6. Predicción



7. Series no estacionarias
8. Series Temporales Estructurales
9. Análisis Multivariante
10. Cointegración
11. Otros conceptos adicionales

BIBLIOGRAFÍA

1. Novales, A., *Econometría*, Mc Graw-Hill, 2ª Edición • (1993).
2. Aznar, A., *Métodos de predicción en Economía II. Análisis • de series temporales*, Ariel Economía.
3. Peña, D., *Estadística II: • Modelos lineales y métodos*, Alianza Editorial (1992).
4. Pindyck, R. y • Rubinfeld, D. L., *Econometrics Models and Economic Forecasts*, Mc Graw-Hill (1991).

ECONOMÍA APLICADA II

INTRODUCCIÓN

¿A qué se deben las bruscas oscilaciones en los mercados de divisas? ¿Qué factores determinan el tipo de cambio dólar/euro? ¿Cuál es la relación entre los tipos de interés europeos, americanos y japoneses? ¿Qué sentido tienen las uniones monetarias? ¿Qué es una crisis de la balanza de pagos? ¿Cuál es la ventaja de adoptar un tipo de cambio fijo? ¿Existen burbujas en los mercados de divisas? Economía Aplicada II responde a este tipo de preguntas. El objetivo del curso es familiarizar a los alumnos con la estructura y el funcionamiento del mercado de divisas. A su vez, se pretende analizar el comportamiento dinámico de los tipos de cambio y sus efectos en variables macroeconómicas reales y nominales.

TEMARIO

I. Finanzas internacionales y tipos de cambio:

1. Nociones preliminares:

- Tipos de cambio: Nominal, Real, Efectivos, Sistemas cambiarios.
- Riesgo de tipos de cambio: Volatilidad, Mercado de derivados.
- El mercado de divisas: Participantes, Instituciones y funcionamiento, Eurodivisas y mercados financieros *offshore*.



- Conceptos introductorios de macroeconomía abierta: Curva J, Marshall-Lerner, Repaso de Mundell-Fleming, Operaciones de Esterilización.
- Eficiencia en el mercado de divisas.

2. Relaciones de paridad internacionales:

- Paridad de poder adquisitivo absoluta y relativa.
- Paridad de tipos de interés con cobertura y sin cobertura.
- Ecuaciones de Fisher.
- Evidencia empírica de las paridades.

3. Determinación de tipos de cambio flexibles. Evidencia empírica:

- Modelos de determinación de tipos de cambio:
 1. Enfoque monetario.
 2. Enfoque de portfolio.
 3. *Overshooting*.
 4. Burbujas.
- Predicción de tipos de cambio:
 1. Modelos económicos.
 2. Chartismo.
 3. Burbujas.

4. Determinación de tipos de cambio fijos y semi-fijos

II. Modelos de macroeconomía internacional:

1. Fundamentos microeconómicos de una economía abierta: Comercio intertemporal y balanza por cuenta corriente. Determinación de tipos de interés con base en la balance por cuenta corriente.
2. Modelo neo-keynesiano para una economía abierta: Influencia del tipo de cambio en la actividad económica agregada e inflación.
3. Modelos de Tipos de Cambio de Primera Generación: Krugman (1978). Ataques especulativos bajo tipos de cambio fijos.

III. Papel del tipo de cambio en la estabilidad macroeconómica internacional:

1. Tipos de Cambio Fijos versus Flexibles.
2. Teoría de las Áreas monetarias óptimas.
3. El euro y el Sistema Monetario Europeo.
4. La enfermedad holandesa.

EVALUACIÓN

- Participación 10%.
- Examen Sorpresa 15%.
- Examen Final 75%.

BIBLIOGRAFÍA:

Bibliografía Básica:

- * RICHARD M. LEVICH: International Financial Markets, Prices and Policies. Second Edition. McGraw Hill, 2001.
- * FRANCISCO L. Y LUIS A. RIVERA-BATIZ: International Finance and Open Economy Macroeconomics. MacMillan Publishing Company, 1994.

Bibliografía Complementaria:

- * MAURICE OBSTFELD Y KENNETH ROGOFF: Foundations of International Macroeconomics. The MIT Press, 1998.
- * NELSON C. MARK: International Macroeconomics and Finance. Theory and Econometric Methods. Blackwell Publishers 2001.
- * EMMANUEL APEL: European Monetary Integration: 1958-2002. Routledge, 1998.
- * PAUL R. KRUGMAN Y MAURICE OBSTFELD: International Economics: Theory and Policy. Addison-Wesley Artículos que se verán en clase.

ECONOMIA DEL SECTOR PUBLICO II

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.

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

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

EVALUACION

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



MICROECONOMÍA IV

OBJETIVOS

Esta asignatura tiene una primera parte teórica, con los conceptos que se indican a continuación, y una parte práctica, que consiste en el análisis de industrias concretas desde el punto de vista de la competencia, como se ve en las prácticas.

TEMARIO

Economía industrial.

1. Introducción

- Qué es la Economía Industrial



- Costes y demanda
- Empresa

2. Análisis del mercado

- Eficiencia en el mercado
- Competencia
- Monopolio y empresa dominante
- Oligopolio
- Medidas de la estructura del mercado
- Estructura de mercado, costes de entrada y bienestar
- Información imperfecta en el mercado

3. Conducta de las empresas

- Cárteles y colusión
- Fusiones y adquisiciones
- Prácticas predatorias
- Disuasión de la entrada
- Relaciones verticales
- Discriminación de precios
- Diferenciación de productos
- Publicidad
- Investigación y desarrollo
- Redes y estandarización

4. Intervención del gobierno

- Política de competencia
- Regulación

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica recomendada:

- Esta asignatura es más práctica que teórica, por lo que no se seguirá ningún texto determinado. Habrá unos apuntes de la asignatura en la página web. Los siguientes libros pueden ser útiles.
- Cabral, L., *Introduction to Industrial Organization*, MIT Press, 2000.
- Carlton D. & Perloff, J, *Modern Industrial Organization*, 2nd Ed. HarperCollins College Publishers, 1994, o 3rd Ed., Addisson-Wesley, 2000.



Las dos ediciones son válidas. Hay pocos cambios, y no afectan a la asignatura, de un edición a la otra.

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

Bibliografía complementaria:

- Scherer, F.M., *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 3rd. Ed., Houghton Mifflin, 1990.
- Fernández de Castro, J., y N. Duch Brown, *Economía industrial*, McGraw-Hill, 2003.



DIRECCIÓN FINANCIERA II

OBJETIVOS

Objetivos de Contenidos:

Durante la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

1. Analizar financieramente una empresa mediante la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y el Balance de Situación. Tomar decisiones para mejorar la rentabilidad y los resultados.
2. Valorar proyectos de inversión en función de sus perspectivas y su riesgo. Decidir en qué proyectos debe invertir la empresa.
3. Decidir la mejor estructura de capital posible para la empresa, es decir, cómo financiarse: con deuda, con fondos propios o con ambos y en qué proporción.
4. Decidir la política de dividendos de la empresa: en qué medida retribuir a los accionistas o utilizar los fondos para financiar nuevos proyectos.
5. Gestionar los activos y pasivos circulantes de la empresa, especialmente, la Tesorería.

Objetivos de Competencias y Habilidades:

El alumno deberá desarrollar, durante la asignatura, las siguientes competencias y habilidades:

1. Capacidad de aprendizaje: Habilidad para adquirir y asimilar nuevos conocimientos y destrezas, y utilizarlos en la práctica.
2. Iniciativa: Predisposición para el aprendizaje. Ser una persona dinámica, con iniciativa, proactiva.
3. Planificación y organización: Establecer planes de acción para alcanzar los objetivos fijados.
4. Responsabilidad: Compromiso con las cosas bien hechas, sentido del deber, cumplir con las obligaciones, asumir las consecuencias de los propios actos. Afán de mejorar y hacer el trabajo cada día mejor. Las personas responsables se esfuerzan siempre por dar más de lo que se les pide.
5. Trabajo en equipo y liderazgo: Capacidad de trabajar con otros para conseguir metas comunes. Guiar al equipo en la realización de una tarea, dirigiéndola, delegando responsabilidades y solucionando conflictos. Establecer y mantener el espíritu de equipo.
6. Habilidades de comunicación: Capacidad de informar y expresarse clara y concisamente, tanto de forma oral como escrita.



TEMARIO

Tema 1. Las Finanzas en la Empresa. Introducción.

Tema 2. Análisis de Ratios y Flujos de Caja.

Tema 3. Fuentes de Financiación.

Tema 4. Estructura de Capital.

Tema 5. Política de Dividendos.

Tema 6. Análisis y Gestión de Proyectos de Inversión.

Tema 7. Análisis y Gestión del Circulante. (Si hay tiempo).

METODOLOGÍA

El sistema de trabajo que se seguirá en la asignatura será el siguiente:

- 1- Lecturas: Para cada tema, el alumno deberá hacer unas lecturas previas (ver Lecturas requeridas), entendiendo los conceptos más importantes.
- 2- Intervenciones en clase: Durante las clases, especialmente al comienzo de cada tema, el profesor hará preguntas orales al número de alumnos que estime conveniente sobre las lecturas requeridas para el tema que esté explicando.
- 3- Clases: Las explicaciones de cada tema se centrarán en los aspectos que el profesor considera más importantes y de mayor dificultad de comprensión. No obstante, todos los contenidos de las lecturas requeridas, materiales docentes de cada tema, supuestos, etc. son materia de la asignatura y, por tanto, de examen.
- 4- Casos en equipo: Durante el semestre, equipos de 5 alumnos realizarán al menos 2 casos prácticos (después del Tema 2 y al final de la asignatura) y los entregarán vía ADI en las fechas requeridas, en documentos de Word, Power Point y/o Excel. Posteriormente, expondrán sus soluciones en clase. (Para muchas situaciones no hay soluciones únicas). Cualquier miembro del equipo puede ser preguntado sobre cualquier aspecto del caso. Los grupos serán formados por orden alfabético.

EVALUACIÓN:

La calificación final de cada alumno será la suma de las tres siguientes notas.

Participación en clase: 30%.

Intervenciones en clase: 10% aprox.

Casos en equipo: 20% aprox.



Exámenes: 70%.

Jueves 29 de marzo (10%)

Viernes, 18 de mayo (20%).

Examen final: Sábado, 16 de junio (40%).

* Los exámenes serán en su mayor parte tipo Test. Calificación de las preguntas:
Respuesta acertada: 1 punto. Respuesta en blanco: 0 puntos. Respuesta incorrecta:
Menos un tercio de punto.

La materia de los exámenes será acumulativa, es decir, no se eliminará materia de un examen a otro.

Examen extraordinario de septiembre (Viernes, 7 de septiembre de 2007):
Consistirá en un único examen que supondrá el 100% de la nota. Los contenidos de este examen incluirán también los casos hechos durante el curso. La calificación más alta que se podrá obtener en septiembre será la de Aprobado.

BIBLIOGRAFÍA

Para la mayoría de las lecturas requeridas y las explicaciones en clase, será necesario tener el siguiente libro:

- 1- Finanzas en el mundo corporativo. Un enfoque práctico. F.J. López Lubián y P. García Estévez. Ed. Mc Graw-Hill.

Lecturas Requeridas:

Tema 1. Las Finanzas en la Empresa. Introducción.

Tema 2. Análisis de Ratios y Flujos de Caja.

Tema 3. Fuentes de Financiación.

Tema 4. Estructura de Capital.

Tema 5. Política de Dividendos.

Capítulo 7 del Libro.

Tema 6. Análisis y Gestión de Proyectos de Inversión.

Tema 7. Análisis y Gestión del Circulante.

CONTABILIDAD DE GESTION II

OBJETIVO

El objetivo de la asignatura consiste en el estudio de la contabilidad de gestión como sistema de información encaminado a la toma de decisiones racionales en la empresa. El curso persigue presentar al alumno los análisis fundamentales que permiten estructurar lógicamente un sistema de costes, así como sus posibilidades y limitaciones respecto a la elaboración de la información. Con ello se persigue que el alumno desarrolle criterios propios para diseñar y aplicar el sistema de costes que responda mejor a las necesidades de cada empresa, de acuerdo con sus circunstancias y objetivos específicas.

Objetivos conceptuales:

Que el alumno sea capaz de

1. Conocer las utilidades y limitaciones de los distintos modelos de contabilidad de gestión para la toma de decisiones empresariales de distinta naturaleza
2. Distinguir adecuadamente las decisiones empresariales de carácter operativo de las decisiones estratégicas
3. Aplicar el modelo de *direct costing* a decisiones operativas en distintos contextos y situaciones
4. Distinguir los aspectos principales de los accesorios, ante un problema de gestión concreto.
5. Adquirir espíritu crítico y rigor científico ante la toma de decisiones económicas empresariales.
6. Evaluar a priori las consecuencias económicas de decisiones empresariales.
7. Fundamentar adecuadamente las decisiones económicas.
8. Desarrollar la capacidad de análisis de los problemas económicos de empresa.

Objetivos procedimentales y actitudinales:



Que el alumno llegue a:

1. Adquirir un hábito de trabajo continuado a lo largo del tiempo.
2. Exponer adecuadamente sus criterios de decisión.
3. Preparar informes de gestión en el que se analicen problemas económicos de empresa y se propongan decisiones concretas.
4. Desarrollar habilidades sociales participativas y comunicativas.

El curso versa sobre el diseño de distintos sistemas de costes y su utilidad para la toma de decisiones económicas de empresa. El curso profundiza de manera especial en el fundamento conceptual, diseño y aplicación práctica del modelo de *direct costing* para este fin y lo compara con sistemas alternativos.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

1. Los sistemas de costes
 1. ¿por qué tener un sistema de costes?
 2. Elementos de los sistemas de costes
 3. Información que proporciona la contabilidad de costes
 4. Utilidad de los sistemas de costes
 5. Criterios para el diseño de sistemas de costes
2. El *full costing*
 1. Fundamentos del modelo
 2. Costes directos e indirectos
 3. La imputación de costes en un *full costing*
 4. Las bases de reparto (*unidad de obra* frente a *cost driver*)
3. Información de gestión y toma de decisiones
 1. Costes relevantes para la toma de decisiones
 2. Ingresos y Costes diferenciales e inalterados
 3. Costes reversibles e irreversibles
 4. Costes de oportunidad
 5. El margen bruto y las limitaciones del *full costing* en la toma de decisiones de explotación
4. El *direct costing*: elementos conceptuales
 1. Fundamentos del modelo: la relación C-V-B
 2. Costes fijos y costes variables, coste semifijos ...
 3. Campo de validez
 4. Coste unitarios y totales
 5. El concepto de margen de contribución (MC)
 6. Margen de contribución frente a margen bruto
 7. El resultado en con un *direct costing*
5. El *direct costing*: una primera utilidad
 1. Punto muerto y decisiones de producción



2. Costes fijos específicos y comunes.
3. Direct costing evolucionado y margen semibruto
4. Punto muerto multiproducto

6. Toma de decisiones operativas con base en el *direct costing*
 - a. Abandono de productos
 - b. Comparando alternativas: las estructuras fija y variable
 - c. Umbrales de volumen y decisiones de producción
 - d. El problema de los trenes
 - e. Los costes semifijos y los *agujeros negros*
 - f. La medida del volumen y las limitaciones del modelo
7. Toma de decisiones operativas con capacidad limitada
 - a. El margen de contribución por recurso escaso
 - b. Jerarquía de productos y programas de producción óptimos
 - c. Decisiones que afectan y no afectan al MC
 - d. Muchas decisiones y situaciones distintas Un mismo modelo conceptual
8. Las decisiones estratégicas y los sistemas de costes
 - a. El MC y las decisiones estratégicas
 - b. Los costes fijos y las decisiones estratégicas
 - c. Los costes fijos y el ámbito de la toma de decisiones
 - d. Redefiniendo el concepto de coste fijo: la perspectiva de los sistemas ABC

METODOLOGÍA Y PROGRAMACION DE CLASES

Con carácter general se utilizará el método del caso. Dicho método consiste en proporcionar al alumno un caso, una situación de negocio que ilustra un problema, contexto, decisión, etc. relacionados con los contenidos del programa. Los conceptos y sus aplicaciones se extraen de la discusión de esos casos.

Las clases consistirán en la discusión de los casos propuestos, es decir, en la discusión de las distintas visiones que los asistentes tienen sobre el mismo. Puede decirse que la materia prima de las clases son las ideas de los alumnos.

En consecuencia, para el correcto funcionamiento del método, es imprescindible que el alumno trabaje los casos antes de asistir a las clases. Trabajar los casos es mucho más que entender la situación y estar familiarizado con los datos. Trabajar el caso significa que el alumno es capaz de dar una respuesta (sea o no correcta) a las preguntas de la hoja de preparación del caso.

Con carácter general se trabajará un caso por semana (eventualmente un mismo caso se trabajará en dos momentos distintos o su discusión durará más de una semana). En total está prevista la discusión de entre 10 y 12 casos. Se estima que el alumno debe dedicar una media de entre dos y tres horas a la preparación de cada caso (los casos que duran más de una semana requieren más tiempo por lo que puede tomarse el dato anterior como estimación del trabajo semanal de preparación fuera de clase). La preparación de los casos supone alrededor del 80% del tiempo total de trabajo individual del alumno durante el curso. El restante 20% debe dedicarse a profundizar en los análisis de los casos propuestos en las clases.

PLAN DE CLASES

El siguiente cuadro refleja el calendario de trabajo que se seguirá en la asignatura. El cuadro muestra el tema del programa que se trabajará cada semana así como los casos que se utilizarán para ello.

Semana	Programa	Título (abrev.) del Caso
11 a 17 de febrero	Introducción	
18 a 25 de febrero	Tema 1	HURON
25 de febrero a 2 de marzo	Tema 1	CAN
3 a 9 de marzo	Tema 2	CAN
10 a 16 de marzo	Tema 2	FARIZA
17 a 23 de marzo	Tema 3	FARIZA y HURON
31 de marzo a 6 de abril	Tema 4	HELATOSA
7 a 13 de abril	Tema 4 / Tema 5	HELATOSA
21 a 27 de abril	Tema 5	LA VELOZ ALGECIREÑA
28 de abril a 4 de mayo	Tema 6	P&Q
5 a 11 de mayo	Tema 7	GREGORIO
12 a 18 de mayo 19	Tema 7	REFRESCOS
19 a 25 de mayo	Tema 7	GOMEZ
26 de mayo a 1 de junio	Tema 7 / Tema 8	LA VELOZ ALG./ BALDWIN
2 a 8 de junio	Tema 8	BALDWIN

EVALUACION

Los alumnos serán evaluados, con carácter general, de acuerdo con el siguiente criterio:

- - Examen parcial 40%. Sobre los temas 1 a 4. Fecha (provisional): Lunes 19 de marzo (en las horas de clase)
- - Examen final: 60%. Sobre los temas 5 a 10. Fecha (definitiva): Sábado 7 de junio

Ambos exámenes tendrán dos partes:

1. Teoría (preguntas cortas o tipo test)
2. Práctica (uno o varios ejercicios numéricos)

BIBLIOIGRAFIA

Bibliografía básica:

AECA. *Costes estándares y análisis de desviaciones*. Documento de la serie Principios de Contabilidad de Gestión. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Madrid

Hornsgren (2002), *Contabilidad de costos. Un enfoque de gerencia*. Prentice Hall. México

Mallo, C.; Kaplan, R.S; Meljem, S. y Giménez, C. (2000) *Contabilidad de costos y estratégica de gestión*. Prentice Hall. Madrid

Ripoll Feliu (coordinador) (1996) *Contabilidad de gestión avanzada. Planificación, control y experiencias prácticas*. McGraw Hill. Madrid



DIRECCIÓN COMERCIAL II

TEMARIO

1. Marketing Research for Managerial Decision Making.
2. The Marketing Research Process.
3. Exploratory Designs: In-Depth Interviews and Focus Groups.
4. Descriptive Research Designs: Survey Methods and Errors.
5. Sampling: Theory, Design, Methods & Planning.
6. Construct Development & Scale.
7. Attitude Scale Measurements used in Marketing Research.
8. Questionnaire Design & Issues.
9. Data Analysis (significant differences, association & multivariate techniques).
10. Preparing the Marketing Research Report & Presentation.



EVALUACIÓN:

Notas parciales:

Actividad: Trabajo de carácter cualitativo.

Peso en la calificación final: 25%.

Actividad: Trabajo de carácter cuantitativo.

Peso en la calificación final: 25%

Examen final.

BIBLIOGRAFÍA:

Bibliografía básica:

Joseph Hair, Robert Busch & David Ortinau.

MARKETING RESEARCH: Within a Changing Environment.

McGraw Hill. Third Edition.

TÉCNICAS CUANTITATIVAS DE GESTION II

PRESENTACIÓN

PROFESORES: D. Luis Alberiko Gil Alaña

AYUDANTES: Cristina Llorente Herrero

OBJETIVOS

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. curso serán tratados temas como las sucesiones de números reales (recta real, concepto de límite, etcétera), series de números reales (criterios de convergencia, sucesiones, sumas de series...), límites y continuidad, derivadas, funciones primitivas (definición de integral, áreas y volúmenes, etc.), funciones de varias variables (derivadas parciales, gradiente de una función lineal, teorema y Taylor, ...). Desarrollos en series de potencias y ecuaciones diferenciales serán ampliamente tratados a lo largo del segundo semestre. Como en cualquier asignatura de carácter cuantitativo, la aplicación de estos conceptos a la resolución y análisis de problemas económicos acompañarán a las clases teóricas.

CONTENIDOS

1. Introducción
2. Procesos ARMA
3. Estimación
4. Contrastes de Hipótesis
5. Estacionalidad
6. Predicción
7. Series no estacionarias
8. Series Temporales Estructurales
9. Análisis Multivariante
10. Cointegración
11. Otros conceptos adicionales

EVALUACIÓN Y EXÁMENES

- Examen final:75%
- Examen de ordenador y prácticas:25%

BIBLIOGRAFÍA

- Novales, A., *Econometría*, Mc Graw-Hill, 2ª Edición• (1993).
Aznar, A., *Métodos de predicción en Economía II. Análisis de series• temporales*, Ariel Economía.
Peña, D., *Estadística II: Modelos lineales y• métodos*, Alianza Editorial (1992).
Pindyck, R. y Rubinfeld, D. L .,• *Econometrics Models and Economic Forecasts*, Mc Graw-Hill (1991).



Universidad
de Navarra