



## Econometría Avanzada (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Contenido](#)

[Objetivos \(Competencias\)](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)



## Presentación

---

**Asignatura:** Econometría Avanzada

**Curso:** Cuarto Economía-ADE, 6º Doble Ec-Dcho y ADE-Dcho

**Cuatrimestre:** Primero

**Asignatura:** Obligatoria Economía, Optativa ADE

**Idioma:** Castellano

**Departamento:** Economía

**Titulación:** Economía, Administración y Dirección de Empresas

**Facultad:** CC. Económicas y Empresariales

**Profesora:**

**Despacho:**

**Horario de atención al alumno:**

## Contenido

---

### I. Análisis de regresión con series temporales

1. Series temporales. Introducción.
2. Contrastes de raíces unitarias.
3. Regresión espúrea y cointegración.

### II. Modelos con variable dependiente limitada.

4. Modelos probit y logit.

## Objetivos (Competencias)

---

### Competencias del título

- Desarrollo del razonamiento lógico
- Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas
- Motivación y superación
- Sentido de la responsabilidad y del esfuerzo
- Capacidad de trabajo en equipo
- Planificación de tareas y gestión del tiempo
- Capacidad de aprendizaje autónomo
- Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas

### Competencias de la asignatura

- Conocer, comprender y utilizar el razonamiento matemático.
- Profundizar en el conocimiento de métodos cuantitativos para el análisis económico.
- Manejar bases de datos
- Dominio de las técnicas de modelización y predicción empleadas en el análisis económico.
- Identificar limitaciones de técnicas y metodologías utilizadas.
- Conocer y utilizar software específico para el análisis económico.

## Metodología

---

A lo largo del curso, se impartirán distintos tipos de clases:

- Clases teóricas, utilizando las transparencias en Power Point repartidas el primer día de clase
- Clases de resolución de ejercicios, todos ellos disponibles en ADI
- Clases de prácticas en la sala de ordenadores, destinadas a la resolución de ejercicios y resolución de problemas utilizando distintos programas econométricos
- Clases en la sala de ordenadores destinadas a realizar el trabajo en grupo



## Evaluación

---

La nota final se obtiene a partir de

- Resolución de prácticas (en grupo): 20% de la nota final.
- Examen parcial: 20% de la nota final.
- Examen final: 60% de la nota final.

En la convocatoria de Junio, el examen supondrá el 70% de la nota (el 30% restante se corresponderá con la nota de la convocatoria de Diciembre).



## Bibliografía

---

### Básica:

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

### Complementaria:

- Gujarati, D.N., 2004, Basic Econometrics, McGraw Hill, 4ª edición.

- Ramanathan, R., 2002, Introductory Econometrics with Applications, Harcourt College Publishers, 5th edition.



## Auditoría (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación y Objetivos](#)

[Metodología y Programa](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)



## Presentación y Objetivos

---

- **Nombre de la asignatura:**Auditoría
- **Facultad:** Económicas
- **Departamento:**Empresa
- **Titulación:**GRADOS ADE y ECO
- **Curso:**CUARTO DE ADE Y ECO
- **Duración (trimestral, anual):**Trimestral (Septiembre a Diciembre)
- **Número de créditos:**6
- **Requisitos (haber cursado):**Ninguno
- **Tipo de asignatura (troncal, obligatoria, optativa, etc.):**Optativa
- **Idioma en que se imparte:**Español
- **Profesor:** Nicolás Puig ([npuig@unav.es](mailto:npuig@unav.es))

Con este módulo se pretende dar formación específica a los alumnos de la Facultad de Económicas de la Universidad de Navarra que estén interesados desarrollar su actividad profesional en el campo de la auditoría. Adicionalmente, les permitirá profundizar en los conocimientos necesarios para desarrollar su trabajo en otros módulos relacionados con administración y finanzas.

La profesión de auditor ofrece una buena salida profesional a titulados universitarios del ámbito de la empresa y los negocios. Muchos recién titulados son seleccionados por firmas de auditoría, que buscan profesionales con un alto nivel de cualificación y especialización. En muchas ocasiones, la experiencia en una firma de auditoría es un factor determinante en la selección de profesionales con experiencia laboral para el desarrollo de funciones de dirección financiera, de control o dirección general

La [Ley de Auditoría de Cuentas vigente](#), que data de 2011 define a la auditoría de cuentas como la actividad consistente en la revisión y verificación de las cuentas anuales, así como de otros estados financieros o documentos contables, elaborados con arreglo al marco normativo de información financiera que resulte de aplicación, siempre que aquélla tenga por objeto la emisión de un informe sobre la fiabilidad de dichos documentos que pueda tener efectos frente a terceros.. La Ley señala además que la auditoría de cuentas tendrá necesariamente que ser realizada por un auditor de cuentas o una sociedad de auditoría.

La auditoría de cuentas es, por tanto, un servicio que se presta a la entidad auditada y que afecta e interesa no sólo a ésta, sino también a terceros que se relacionen o puedan relacionarse con la misma, habida cuenta que todos ellos, entidad y terceros, pueden conocer la calidad de la información económico-contable sobre la cual versa la opinión emitida por el auditor de cuentas, sin que, por ende, pueda limitarse su uso y distribución.

Los alumnos de cuarto curso cuentan con gran parte de la formación necesaria requerida para el ejercicio de la auditoría: Contabilidad General y Normas relativas a las Cuentas Anuales, Contabilidad Superior (Contabilidad Analítica, Consolidación y Análisis Económico-Financiero), Materias Jurídicas (Derecho Civil, Derecho Mercantil, Derecho de Sociedades, Derecho Concursal, Derecho Tributario, Derecho del Trabajo y Seguridad Social ) y Otras Materias (Sistemas de Información Contable, Economía de la Empresa, Economía Política y Financiera, Matemática Financiera y Estadística, Gestión Financiera de las Empresas ).

No obstante, el ejercicio de la auditoría requiere adicionalmente conocimientos específicos como son: Normas de Auditoría, Organización del Trabajo, Informes y Programación y procedimientos de Auditoría.

En este módulo, el profesor desarrollará los conocimientos básicos adicionales en el desarrollo de la profesión de auditoría de manera que el alumno cuente con una ventaja competitiva, se sienta cómodo ante la posibilidad real de su ejercicio y que le permita una rápida integración en una Firma.

## Metodología y Programa

---

La asignatura está compuesta de clases teóricas y prácticas, si bien la finalidad de la misma es eminentemente práctica. El programa comprende un total de 10 temas. En las clases, se resolverán ejercicios propuestos por los profesores de la asignatura que servirán para aplicar los conocimientos adquiridos.

La totalidad del material de la asignatura será proporcionado por los profesores y consistirá en lo siguiente:

- Presentación: Se corresponde con la realizada por los profesores.
- Entregables ("Hand-Outs"): Se trata de material técnico que complementa a la presentación.
- Casos Prácticos y Soluciones

Con objeto de obtener un máximo aprovechamiento de la asignatura es recomendable que los alumnos cuenten con las presentaciones y los casos prácticos impresos antes del inicio de cada clase, los cuales estarán disponibles en ADI.

El Programa es el siguiente:

TEMA 1. Introducción: ¿qué es la auditoría?

TEMA 2. El proceso de auditoría

TEMA 3. Efectivo y Otros activos líquidos equivalentes

TEMA 4. Existencias

TEMA 5. Inmovilizado material

TEMA 6. Activos financieros-Deudores comerciales

TEMA 7. Pasivos financieros-Acreedores comerciales

TEMA 8. Gastos de personal e impuestos

TEMA 9. Fase de terminación

TEMA 10. El informe de auditoría

## **Evaluación**

---

El alumno tendrá que realizar un único examen final. El mismo tendrá una valoración de un 70%. La participación de los alumnos en el transcurso de las clases así como el nivel de las preguntas realizadas tendrá la restante valoración del 30%. En el caso de que el alumno no obtenga esta última parte de la valoración asociada a su participación, el examen final supondrá el 100% de la valoración de la asignatura.

El examen final consistirá en una prueba de test de 30 preguntas y en el desarrollo de un caso práctico en base a los temas tratados durante el curso. En relación a este último, la fundamentación en base a la normativa así como la solución aportada serán las claves para valorar la puntuación obtenida por el alumno y no exclusivamente la solución numérica.

## Bibliografía

---

### **Libros (OPCIONALES):**

- Manual de Auditoría Financiera (2003). Ed. Desclee de Brouwer. José Antonio Arcenegui, Isabel Gómez y Horacio Molina.  
<http://ezproxy.unav.es:2048/login?url=https://site.ebrary.com/lib/bibliotecaunav/Doc?id=10472728>
- Teoría y Práctica de la Auditoría (Vol I y II) (2008). Ed. Pirámide. José Luis Sánchez Fernández de Valderrama.
- Auditoría de Cuentas Anuales (2 Vol) (2011). Ed. Centro de Estudios Financieros. Alejandro Larriba Díaz-Zorita.

### **Textos legales:**

- Real Decreto Legislativo 1/2011, de 1 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas.
- Plan General de Contabilidad aprobado mediante REAL DECRETO 1514/2007, de 16 de noviembre.



## Business Communication 1 (F. Económicas) (2013-2014)

[Presentation](#)

[Skills](#)

[Methodology](#)

[Bibliography](#)

[Programme](#)

[Evaluation](#)

[Professors's attention.](#)

[Timeline](#)

## Presentation

---

Business Communication I: 6 ECTS

Grado en Administración y Dirección de Empresas 2009. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

1<sup>st</sup> semester. Optativa.

Professors: Xavier Oliver: [xoliver@unav.es](mailto:xoliver@unav.es) (responsible)

Mónica Recalde: [mrecaldev@unav.es](mailto:mrecaldev@unav.es)

Tuesday: 12-13,30 h. Room 13. Wensday: 9-10,30 h. Room 6

**Business communication I** gives students a thorough grasp of the principles involved in business communication. It makes them familiar with the most usual formats and genres through which spoken and written communication is carried out in the business context. Finally, Business Communication gives them practice in the essential areas of: presentation, intercultural communication, marketing and crisis communication.



## Skills

---

### General Skills

- Oral communication
- Ability to work in team
- Encourage innovation and leadership capabilities
- English: skills in written and oral presentations in English.

### Specific skills

- Develop objectives, strategies and projects in the field of marketing
- Develop case studies
- Ability to consider and respond to relevant questions about issues related to business administration with an overview of the knowledge acquired

## Methodology

---

The course follows a mixed methodology based on: **1. Lectures, 2. Practical classes and workshops, and 3. Simulations of real business tasks.**

- Lectures: 20 hours
- Workshops: 12 hours
- Oral presentation task: 8 hours
- Business cases: preparation 10 hours
- Study: 50 hours
- Classes: 60 hours
- Total: 150 hours





## Bibliography

---

Locker, O. et al. (2004). Business Communication. Building Critical Skills. McGraw-Hill

Thill, J.V. and Bovée, C.L. (1999). Excellence in Business Communication. Prentice-Hall

Ober, S. (1992). Contemporary Business Communication. Houghton Mifflin Company.

## Programme

---

1. Presentation
2. Who does a company communicate with? Identification of stakeholder groups: customers/clients; employees; investors and normative entities; interest groups and general public. What different media, genres and styles are used.
3. Workshop 1: Oral communication. Personal Brand
4. Workshop 2: Oral communication. Group presentation
5. Workshop 3. Oral communication. Non verbal communication
6. Luxury brands
7. Low cost brands
8. Cult brands
9. Crisis communication
10. Negotiation
11. Reputation

## Evaluation

---

Convocatoria ordinaria:

- Leadership communication (Xavier Oliver): 70% (Participation in class: 35%, individual exercises: 35%)
- Workshops (Mónica Recalde): 30% (Presentation task: 20%, participation in class: 10%)

Convocatoria extraordinaria

- In case of failing the course: final exam 100%



## **Professors's attention.**

---

Monday 9-11 h (previously ask by email). Office: 2210.

## Timeline

---

3-4 September. Unit 1. Introduction.

10-11 September. Workshop 1: Personal Brand

17-18 September. Unit 2. Who does a company communicate with? Identification of stakeholder groups

24-25 September. Workshop 2. Group presentation

1-2 October. Luxury brands

8-9 October. Low cost brands

15-16 October. Workshop 3. Non verbal communication

22-23 October. Cult brands

29-30 October. Cult brands

5-6 November. Crisis communication

12-13 November. Negotiation

19-20 November. Reputation

26-27 November. Summary



## Creación de empresas (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[INTRODUCCIÓN](#)

[OBJETIVOS](#)

[METODOLOGÍA](#)

[EVALUACIÓN](#)

[CONTENIDO](#)

[BIBLIOGRAFÍA OPCIONAL](#)

[PROFESOR](#)

[HORARIO Y AULA](#)



## INTRODUCCIÓN

---

Esta asignatura (optativa) de 3 ECTS está orientada a facilitar que los estudiantes desarrollen actitudes y aptitudes que les motiven a emprender y dirigir un proyecto de negocio, aumentando el dinamismo empresarial y contribuyendo, de este modo, al desarrollo económico y social de nuestro entorno.

## OBJETIVOS

---

### **A través de la asignatura Creación de Empresas se busca:**

Ofrecer a los alumnos universitarios las bases teóricas sobre la creación de empresas.

Mostrar la realidad de la creación de empresas mediante ejemplos reales.

Desarrollar una idea de negocio coherente y viable.

Presentación de una idea de negocio a un panel de inversores.

### **Las competencias que se trabajarán directamente a lo largo de la asignatura son:**

Fomentar las capacidades de innovación y liderazgo.

Planificación de tareas y gestión del tiempo.

Capacidad de aprendizaje autónomo.

Capacidad de comunicación oral.

Capacidad de trabajo en equipo.

Desarrollar objetivos, estrategias y proyectos en el ámbito del Marketing.

Entender la influencia que el entorno económico tiene en la actividad empresarial.

Capacidad para defender de manera crítica y bien argumentada las ideas propias sobre temas relacionados con la empresa.



## METODOLOGÍA

---

Se llevará a cabo una metodología con un fuerte contenido práctico y experiencial, unida a una exposición de las bases teóricas de la creación de empresas. Éstas se impartirán en clase y a través de documentos escritos y audiovisuales que el alumno trabajará fuera del aula.

A lo largo de la asignatura, los estudiantes trabajarán en grupos de 2-4 personas, recibirán asesoramiento fuera del aula sobre la presentación de la idea de negocio a inversores y trabajarán documentos, artículos y cuestiones de actualidad relacionadas con los emprendedores.

Además los alumnos contarán en clase con la experiencia de un emprendedor, un inversor privado, un responsable de una sociedad de capital riesgo y un empresario que tratará la figura del intraemprendedor.

### **Las horas dedicadas a esta asignatura se reparten en:**

- 20 horas de formación presencial.
- 25 horas de estudio personal.
- 25 horas de trabajo en grupo.
- 5 horas de preparación de ejercicios prácticos.

# EVALUACIÓN

---

## **Convocatoria ordinaria:**

30% Participación en clase y entregables (uno grupal y otro individual).

40% Presentación oral y escrita de una idea empresarial.

30% Examen escrito.

## **Convocatoria extraordinaria:**

Los criterios de evaluación serán los mismos que los de la convocatoria ordinaria.

## CONTENIDO

---

A lo largo de las clases trataremos los siguientes aspectos:

1. Todo el mundo habla de emprendedores...pero ¿sabemos en qué consiste?
2. Realmente quieres emprender,...o sobrevivir. ¿Para qué montar una empresa?
3. El maravilloso mundo de las ideas maravillosas.
4. Qué buena idea!...pero, ¿qué vas a vender exactamente?
5. ¿Realmente sabes cuál es tu mercado?
6. ¿No tienes competencia? ¿Seguro?
7. Modelos de negocio, monetización, escalabilidad, y otras cuestiones críticas.
8. Y tú, ¿en qué te diferencias? ¿en qué eres bueno? La propuesta de valor.
9. Innovación incremental, radical y...otras innovaciones.
10. El plan de negocio, el lean canvas, y otras metodologías ágiles.
11. Aspectos legales básicos y principales figuras jurídicas.
12. ¿Cómo financio mi negocio? ¿Dónde está el dinero?
13. ¿Cómo piensa el inversor? ¿Es mi amigo...mi enemigo o mi socio?
14. ¿Puedo proteger mi idea? Y si puedo...¿cómo la protejo?
15. Si mi idea es tan buena...¿cómo es que no vendo? De la idea al mercado.
16. ¿Cómo presenté mi idea a los inversores?
17. Negociar, negociar, negociar...todo el día negociando.
18. ¿Cómo gestiono los conflictos con los demás, conmigo mismo?
19. El proceso de toma de decisiones en un contexto dinámico.
20. Empezar sólo o con socios; con amigos o desconocidos... con familiares o sin ellos.
21. ¿Cómo piensa el consumidor? ¿Sé quién es y cómo es?
22. El emprendedor 2.0.
23. Presentación al panel de inversores.

## BIBLIOGRAFÍA OPCIONAL

---

Para aquellos alumnos que quieran ampliar la formación teórica, se les recomienda la lectura de los siguientes libros. Además, a lo largo de la asignatura se entregarán artículos, papers, y documentos audiovisuales para completar la parte teórica.

Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. Generación de modelos de negocio.

Pedro Nuño, "Emprendiendo hacia el 2020.

Guy Kawasaki, El arte de empezar.

Guy Kawasaki, "El arte de cautivar".

Antonio Manzanera, "Finanzas para emprendedores".

Devora Zack, "Odio el networking (pero lo necesito)".

Fernando Trías de Bes, El libro negro del emprendedor.

Eric Ries, El método Lean StartUp.

Brant Cooper, The entrepreneur's guide to customer development.

Ash Maurya, Running Lean.

Seth Godin, Rework.

Steve Blank y Bob Dorf The startup owner's manual.

Scott Branson, "Making ideas happen"

Artículos y notas técnicas.

Vídeo-entrevistas a emprendedores.



## PROFESOR

---

Pablo Martín Aguado.

Profesor asociado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Responsable de la Unidad de Creación de Empresas y del Club de Emprendedores de la Universidad de Navarra.

Perfil social: [es.linkedin.com/in/pablomartinaguado/](https://es.linkedin.com/in/pablomartinaguado/)

Para acudir al asesoramiento únicamente es necesario quedar antes por mail ([pmaguado@unav.es](mailto:pmaguado@unav.es)).

La oficina del profesor está situada en la Fundación Empresa Universidad de Navarra (1ª planta del Edificio Amigos).

## HORARIO Y AULA

---

La asignatura se imparte a lo largo del primer semestre, los lunes de 10 a 12 en el Aula 9 del Edificio Amigos.

El cronograma previsional de la asignatura es:

Sesión 1.

Fecha: 2.IX.2013

10.00-10.45 Presentación de la asignatura.

11.00-11.45 Todo el mundo habla de emprendedores...pero ¿sabemos qué es?

Sesión 2

Fecha: 9.IX.2013

10.00-10.45 Creatividad y generación de ideas de negocio.

11.00-11.45 El maravilloso mundo de las ideas maravillosas.

Sesión 3

Fecha: 16.IX.2013

10.00-10.45 El modelo de negocio

11.00-11.45 Las 8 cajas de tu modelo de negocio.

Sesión 4

Fecha: 23.IX.2013

10.00-10.45 El business plan.

11.00-11.45 La idea y el equipo promotor.

Sesión 5

Fecha: 30.IX.2013

10.00-10.45 El plan financiero.

11.00-11.45 El plan financiero.

Sesión 6

Fecha: 7.X.2013

10.00-10.45 Fuentes de financiación: Las sociedades de Capital Riesgo.

<http://www.unav.es/asignatura/creaempresaseconom/>

11.00-11.45 Fuentes de financiación: BA, Bancos, Crowdfunding, etc.

#### Sesión 7

Fecha: 14.X.2013

10.00-10.45 Presentación resultados test EDP.

11.00-11.45 Trabajo en grupo y discusión del canvas.

#### Sesión 8

Fecha: 21.X.2013

10.00-10.30 Negociación

10.45-11.45 Negociación

#### Sesión 9

Fecha: 28.X.2012

10.00-10.45 Figuras jurídicas.

11.00-11.45 La creación de una empresa paso a paso.

#### Sesión 10

Fecha: 4.XI.2013

10.00-10.45 Comunicación en el entorno profesional.

11.00-11.45 Presentación de una idea a inversores.

#### Sesión 11

Fecha: 11.XI.2013

10.00 - 10.45 Práctica del pitch.

11.00 - 11.45 Toma de decisiones.

#### Sesión 12

Fecha: 18.XI.2013

10.00 - 11.30 Experiencia de un emprendedor: Luis Fernando Unceta (socio de UpCapital)

#### Sesión 13

Fecha: 25.XI.2013

10.00-10.45 Presentaciones de los trabajos finales.



11.00-11.45 Presentaciones de los trabajos finales.





## Entrepreneurship (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[I. Presentation](#)

[II. Program](#)

[III. Objectives](#)

[IV.- Evaluation](#)

[V.- Methodology](#)

[VI.- References](#)

# I. Presentation

---

## PRESENTATION

The subject of Entrepreneurship aims to develop students capabilities and knowledge for starting up new projects and firms.

Professor: Ricardo Mateo

e-mail: [rmateo@unav.es](mailto:rmateo@unav.es)

Schedule of classes: Thursday 16:00-16:45 and 17:00-17:45

Student mentoring: Thursday 18:00 - 19:00

Professor Room: D 4050 Tower Building Business Faculty

Number of ECTS: 3

Kind of Subject: Optional

International Degree in Management and Economics

First Semester

## II. Program

---

1. Presentation: The entrepreneurial spirit.
2. Conceptual: The Venture Capital in Europe.
3. Conceptual: The Business Plan.
4. Conceptual Basis: Financial Structure.
5. Conceptual Basis: Legal Structure.
6. Conceptual: Value Added.
7. Conceptual: Sunrise Capital.
8. Business Seminar Business Plan.
9. Financial Seminar Business Plan.
10. Operational Seminar Business Plan.
11. Venture Capital
12. Entrepreneurs Invited I.
13. Entrepreneurs Invited II.
14. Conclusions and Presentations.

## III. Objectives

---

### Objectives

- \* Develop a business plan.
- \* Understand and assess real initiatives for entrepreneurship.
- \* Understand the theoretical aspects of Entrepreneurship.

### Transversal competences

1. Develop logical reasoning.
2. Capacity for analysis and synthesis.
3. Motivation and self-improvement.
4. Sense of responsibility and effort.
5. Oral communication skills.
6. Ability to work in a team.
7. Critical and self-criticism
8. Build capacity for innovation and leadership.
9. Scheduling and time management.
10. Punctuality and work ethics.
11. Autonomous learning ability.
12. Interdisciplinary view of the economic problems.
13. Developing ethical, social and environmental business issues.

### Specific competencies

1. Knowing the key elements for starting up business.
2. Understand the key business functions.
3. Identify key trends in business.
4. Improve negotiating skills.
5. Improve understanding of entrepreneurship.



## IV.- Evaluation

---

Evaluation.

Team work (20%)

Participación (20%)

Final Exam (60%).

The students that reach more than 7 in participation and team work will be exempt of final exam.

In June the participation will not be considered in the evaluation. The grade will calculate with team work and June Exam.



## V.- Methodology

---

### A. - Lectures: 30 hours

These classes will explain the most important aspects of the Outline. At the end of each chapter, documents that the teacher considers necessary will be put in ADI. It is recommended that the student answer those questions at the end of each subject. Any questions can be checked with the professor.

### 2. - Seminars Group work: 15 hours

Throughout the course there will be 5 seminars for solving problems. Each seminar will last 1 hour. At the beginning of the seminar, each group should try to solve problems and will discuss related issues. Finally, students will explain their solution to their peers and send a report to the professor.

### 3. - Student Personal work: 30 hours.

Time devoted to study the subject and preparation of training activities, this includes the work that students should develop for a team work project.



## VI.- References

---

### Documents of EVCA

Mateo Dueñas R., Sagarra Porta R.(2004) *Creación de Empresas. Teoría y Práctica*. Editorial McGraw-Hill



**Gobierno de las Organizaciones (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)**

[PROGRAMA ABREVIADO](#)

[PROGRAMA AMPLIADO](#)

[GUIA DOCENTE](#)

[METODOLOGÍA](#)





# PROGRAMA ABREVIADO

---

## INTRODUCCIÓN

### PARTE I GOBIERNO SOCIETARIO. DESCRIPCIÓN GENERAL

- 1: Instituciones y economía
- 2: Concepto y tipos de Gobierno
- 3: Poder y Autoridad

### PARTE II: ORGANOS DE GOBIERNO

- 4: Junta General de Accionistas
- 5: Consejo de Administración
- 6: Buen gobierno

### PARTE III: FUNCIONAL

- 7: Estrategia
8. Retención del talento
9. identidad, marca e imagen
10. Crisis reputacionales
11. Transparencia

# PROGRAMA AMPLIADO

---

## INTRODUCCIÓN

Quién gobierna las organizaciones. De la Teoría a la realidad

Cómo se gobiernan las organizaciones. Entre la ciencia y el arte.

Complejidad y organizaciones

CASO 1: Ejemplo de complejidad

## PARTE I GOBIERNO SOCIETARIO. DESCRIPCIÓN GENERAL

### **1: Instituciones y economía**

- 1) Instituciones formales: Reglas de juego y Normas. Calidad de las normas
- 2) Instituciones informales: Relación con las normas
- 3) Niveles institucionales según O. Williamson.
- 4) Globalización y aceleración de la historia: seguridad, eficacia y transparencia

CASOS

### **2: Concepto y tipos de Gobierno**

- 1) Qué significa gobernar
  - a) Dentro/Fuera
  - b) Público/Privado
- 2) Concepto De *Stakeholder*
- 3) Tipos de gobierno
  - a) Gobierno y organizaciones: prototipos
  - b) Sociedades de perfil económico
  - c) Sociedades de perfil político.

CASOS

### **3: Poder y Autoridad**

- 1) Conceptos de poder y autoridad
- 2) Separación de poderes y separación de funciones

- 3) Poder discrecional
  - a) Delegación y descentralización.
  - b) Coordinación y liderazgo.
- 4) Poder en situación ordinaria y extraordinaria
- 5) Flexibilidad y otras necesidades del ejercicio del poder
- 6) Dialógica y dialéctica. Tipos de conflictos

CASOS

## **PARTE II: ORGANOS DE GOBIERNO**

### **4: Junta General de Accionistas**

- 1) Órgano soberano y sus funciones
- 2) Tipos de accionistas
- 3) Asimetrías de conocimiento e información
- 4) Administración de cartera vs administración de la sociedad.
- 5) Decadencia de la función tradicional
- 6) Problemas de Agencia en las organizaciones modernas
  - a) Sociedades cotizadas
  - b) Sociedades de perfil político.

### **5: Consejo de Administración**

- 1) Concepto y funciones externas
- 2) Funciones internas
- 3) Tipos de consejeros. Ejecutivos y no ejecutivos.
- 4) Las comisiones y funcionamiento.
- 5) Control.
- 6) Normas de buen gobierno. Códigos.
- 7) Problemas de alineamiento.
- 8) Asimetrías de conocimiento e información
- 9) Problemas de las organizaciones modernas

- a) Sociedades cotizadas
- b) Sociedades de perfil político.

## **6: Buen gobierno**

Códigos y propuestas fundamentales

- 1) Concepto y estructura
- 2) Materias que engloban. Pactos internacionales.
  - a) Conflicto de intereses
  - b) Medioambiente, trabajo infantil, corrupción
- 3) Evolución: primera, segunda y tercera generación de códigos
- 4) Desarrollo y formación

## PARTE III: FUNCIONES DEL GOBIERNO

7: ESTRATÉGIA: CASO

8: RETENCIÓN TALENTO: CASO

9: IDENTIDAD, MARCA E IMAGEN: CASO

10: CRISIS REPUTACIONALES: CASO

10: TRANSPARENCIA: Modelo GYR

## GUIA DOCENTE

---

El objetivo global de esta asignatura es proporcionar al alumno conocimientos sobre la acción de gobernar y sus instituciones básicas en su aplicación a las organizaciones empresariales. Una vez cursada esta asignatura, el alumno debería conocer las claves principales de cómo se gobierna y dirige una empresa y los órganos fundamentales del gobierno. Así mismo, debería conocer y comprender los conflictos de alineamiento y control, externo e interno, creados en las sociedades modernas, tanto en las cotizadas como en las no cotizadas, incluyendo las familiares. Finalmente, debería conocer las medidas de buen gobierno generalmente aceptadas y la estructura fundamental de los códigos éticos.

### **Datos generales:**

Créditos ECTS: 6

Titulaciones en las que se imparte: Grados de Administración de Empresas, Economía y Doble Grado junto con Derecho.

Módulo: Organización y Dirección de Negocios.

Materia: Organización y Producción.

Perfil: Dirección de Negocios.

Departamento: Empresa

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales

Tipo de asignatura: Optativa

Tipo de asignatura: Optativa

### **Objetivos**

Competencias transversales:

1. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
2. Capacidad de trabajo en equipo y de exponer oralmente trabajos.
3. Planificación de tareas y gestión del tiempo.
4. Puntualidad y ética en el trabajo.
5. Capacidad de aprendizaje autónomo.
6. Capacidad de liderazgo
7. Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos empresariales.

Competencias específicas:

1. Obtener un conocimiento teórico-práctico del gobierno de la empresa, centrandose los puntos de interés en el lugar, modo y forma de la toma de decisiones.
2. Conocer los órganos de gobierno de las sociedades empresariales y sus funciones, los potenciales conflictos entre ellos y la forma en que las sociedades modernas intentan solucionarlos.
3. Conocer las claves del buen gobierno.
4. Analizar casos prácticos de empresas.

5. Familiarizarse con las tendencias económicas y sociales en materia de códigos éticos.

Resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere con esta asignatura:

1. Con trabajos, analizar los aspectos estratégicos de una empresa.
2. A través de un examen, identificar los objetivos prioritarios de una empresa y sus estrategias competitivas.
3. Presentación en público de trabajos sobre las distintas funciones y órganos de gobierno.
4. Con trabajos, realizar la búsqueda, elaboración e interpretación de información sobre gobierno en artículos y bases de datos.
5. Presentaciones orales de trabajos en grupos.
6. Redacción de informes escritos, comunicando resultados obtenidos.
7. Examen final donde se evalúan los contenidos de las asignaturas.
8. Ejercicios individuales en casos de empresas reales.

# METODOLOGÍA

---

## Metodología

### 1. Actividades presenciales:

- a. Clases de exposición del profesor: en estas clases se explicarán los aspectos más relevantes de los temas incluidos en el programa. Los alumnos deberán acudir a estas clases habiendo leído la documentación que se les ha suministrado en ADI. Se trabajan las competencias 1, 4, 5, 7, 8-10 y 12.
- b. Clases prácticas: se resolverán y discutirán distintos ejercicios y casos prácticos suministrados en ADI. Los alumnos deberán acudir a estas sesiones habiendo estudiado el contenido de las clases impartidas por el profesor. En algunas de estas sesiones se pedirá a los alumnos que resuelvan un ejercicio (o un caso) y que lo entreguen. También realizarán un trabajo basado en un simulado de una empresa (en este caso, de un hotel) por lo que las clases prácticas pueden ser también realizadas en una sala de ordenadores. Se trabajan las competencias 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10 y 11.
- c. Trabajos realizados: los alumnos tendrán que elaborar esta actividad en grupo, y exponerla en clase. Se trabajan las competencias de los objetivos: 1-6, 11.

### d. Examen final.

### 2. Actividades no presenciales:

El alumno dedicará unas 60 horas a estudiar el material de la asignatura, entender los conceptos explicados en las clases del profesor, realizar ejercicios, preparar los casos prácticos, realizar los trabajos en grupo, y estudiar para los exámenes.

Evaluación

---

La calificación final de la asignatura se calculará con la media ponderada obtenida entre las siguientes notas:

Convocatoria ordinaria:

1. Valoración de la participación y ejercicios individuales: 40%
2. Examen final: 60%

Convocatoria extraordinaria:

1. Valoración del trabajo realizado durante el curso: 40%
2. Examen final: 60%



Bibliografía de consulta

---

Se recomendarán artículos para cada tema en ADI. Como bibliografía complementaria:

Mateu, R. *El código unificado de gobierno corporativo: estudio del informe del Grupo especial de trabajo sobre Buen Gobierno de la Sociedad Cotizadas aprobado por la CNMV el 22 de mayo de 2006*; Thomson-Aranzadi, 2007

García Echevarría, S. *Gobierno corporativo y dirección de la empresa: la nueva orientación de las instituciones*; Universidad de Alcalá. Instituto de Dirección y Organización de Empresas. 2005

Olcese, A. *Teoría y práctica del buen gobierno corporativo*, Madrid: Marcial Pons, 2005.

Paul Milgrom & John Roberts *Economía, Organización y Gestión de la Empresa*, Prentice Hall 1993.

**Recursos**

Un grupo. 40-45 alumnos.

**Horario de atención al alumno:** Martes de 10 a 14h. Despacho 1900



## Historia de la Empresa (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Objetivos](#)

[Programa](#)

[Metodología](#)

[Bibliografía](#)

[Evaluación](#)

## Presentación

---

**Asignatura:** Historia de la Empresa hasta el siglo XIX

**Profesor:** Agustín González Enciso

**Departamento:** Economía

**Cuatrimestre:** 1º

**Créditos:** 3 ECTS

**Tipo asignatura:** Optativa para todos los grados de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

**Curso:** 3º y 4º para grados sencillos, 4º, 5º y 6º para dobles.

**Horario y lugar:** Lunes, de 10 a 11 y de 11 a 12, aula 04, edificio Amigos

Miércoles, de 11 a 12, aula 09, edificio Amigos

La asignatura se orienta a conocer las empresas de los siglos XIII al XIX con especial atención a aspectos tales como los tipos de empresarios, las oportunidades de negocio, los mercados emergentes que en cada momento histórico exigieron cambios organizativos, o las distintas formas de organización empresarial.

La gestión empresarial se muestra como un elemento clave de la sociedad, en la que actúa a través de la oferta de bienes y servicios, fundamentales para el funcionamiento del conjunto social. La historia muestra también que, a su vez, la empresa se ve afectada de manera importante por el entorno, desde todos los puntos de vista.

El programa da particular atención al entorno del desarrollo empresarial, en concreto al "nacimiento del capitalismo"

## Objetivos

---

**Objetivos generales del contenido de esta asignatura:** El objetivo fundamental de la asignatura es conocer el mundo empresarial a través de modelos cuyo ciclo se ha cerrado, por lo cual son explicativos de las razones de su nacimiento, así como de los éxitos o fracasos que cosecharon, y de las consecuencias que su desarrollo tuvo.

Esos modelos históricos son ejemplos que iluminan el presente. A través de los modelos históricos se pueden ver las consecuencias de determinados modos de organización o de gestión; estos modelos también muestran con claridad en qué medida la empresa depende de los factores externos: la organización social, la política, la mentalidad. A su vez, se puede constatar cómo la empresa contribuye a modificar algunos elementos de la sociedad que la rodea: la actividad empresarial es connatural a la organización de la sociedad y se adapta a ella, a la vez que la influye.

Un aspecto importante a considerar es cómo los diferentes modos y formas de realizar la actividad empresarial y de organizarse la empresa, tienen relación con la vida política. La interconexión entre los modelos políticos y los modelos empresariales condicionó de modo importante la naturaleza de la vida económica y social de los países, algo que sigue ocurriendo en el presente.

### Competencias transversales:

1. Desarrollo del razonamiento lógico
2. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas
3. Capacidad de comunicación oral
4. Capacidad crítica y autocrítica
5. Planificación de tareas y gestión del tiempo
6. Capacidad de aprendizaje autónomo
7. Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas
8. Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos económicos

### Competencias específicas:

#### Competencias específicas

1. Verificar en la realidad histórica los conceptos y métodos fundamentales de la Teoría Económica (a desarrollar en el Módulo I).
2. Llegar a conclusiones de carácter normativo, relevantes para la política económica, a partir de los conocimientos positivos que la historia ofrece (a desarrollar en el Módulo I).
3. Hacerse con conceptos y teorías que permitan formarse opiniones rigurosas sobre la realidad del entorno económico global, según los ejemplos históricos (a desarrollar en el Módulo II).
4. Conocer la lógica económica de la actividad del Sector Público, según se ha manifestado en la historia, y ser capaz de juzgar sus resultados (a desarrollar en el Módulo II).
5. Aplicar una perspectiva histórica al estudio de los fenómenos económicos (a desarrollar en el Módulo III)
6. Adquirir conciencia de la dimensión ética de la práctica profesional, según las consecuencias de esa perspectiva observadas en la historia (a desarrollar en el Módulo III)
7. Obtener un conocimiento teórico-práctico del funcionamiento de la empresa según lo muestran los ejemplos históricos (a desarrollar en el Módulo V).

## Programa

---

Tema 1- La organización del dominio feudal.

Tema 2- Los gremios en la Edad Media.

Tema 2a- La sociedad estamental

Tema 3- El desarrollo de las grandes compañías mercantiles medievales.

Tema 4- Los primeros banqueros y financieros de Occidente.

Tema 4a- El espíritu del capitalismo

Tema 5- Gremios e industria libre en la Época Moderna.

Tema 6- Las compañías mercantiles en los siglos XVI-XVIII: Europa y el mundo.

Tema 6a- El Estado Moderno

Tema 7- Las Compañías Privilegiadas del comercio colonial.

Tema 8- Los grandes banqueros de los Estados Modernos.

Tema 8a- La burguesía mercantil

Tema 9- El Estado: asentistas del Gobierno y fábricas estatales.

Tema 10- Los comienzos de la mecanización industrial.

## Metodología

---

### Explicación del proceso docente:

- El curso se desarrollará mediante clases teóricas y prácticas.
- Las clases teóricas están a cargo de explicaciones del profesor en sesiones presenciales participativas.
- Las clases prácticas serán también presenciales, pero versarán sobre textos previamente leídos y trabajados por los alumnos personalmente.
- Los alumnos deberán leer por su cuenta y presentar resúmenes de lo leído, de algún material que se indique a  
comienzo del curso. Ese material será el objeto de las clases prácticas. El contenido de las mismas está señalado en el temario con los temas "a": 2a, 4a, 6a y 8a.

### Distribución de horas de trabajo del alumno:

**Clases teóricas:** 30 horas

**Clases prácticas:** 10 horas

**Preparación prácticas:** 30 horas

**Estudio personal:** 78 horas

**Examen final:** 2 horas

**Horas totales:** 150

## Bibliografía

---

### Bibliografía recomendada:

- A. González Enciso, *El nacimiento del capitalismo en Europa*, Eunate, Pamplona, 2011.
- J. L. García Ruiz y otros, *Historia de la empresa mundial y de España*, Síntesis, Madrid, 1998.
- V. Vázquez de Prada, *Historia económica mundial*, EUNSA, Pamplona, 1999.
- S. B Clough y R. T. Rapp, *Historia económica de Europa*, Omega, Barcelona, 1986.

### Bibliografía complementaria:

- J. Aurell y A. Puigarnau, *La cultura del mercader en la Barcelona del siglo XV*, Omega, Barcelo, 1998.
- F. Braudel, *La dinámica del capitalismo*, Alianza, Madrid, 1985.
- Y. Cassis (Ed.), *Business Elites*, Londres, 1994.
- F. Comín y P. Martín Aceña (Eds.), *La empresa en la historia de España*, Civitas, Madrid, 1996.
- L. M. Enciso Recio, *La Europa del siglo XVIII*, Península, Barcelona, 2001.
- A. Fanfani, *Catolicismo y protestantismo en la génesis del capitalismo*, Rialp, Madrid, 1953.
- A. González Enciso, "La promoción industrial en la España Moderna: intervención pública e iniciativa privada", en L. Ribot y L. de Rosa (Dirs.), *Industria y Época Moderna*, Actas, Madrid, 2000.
- A. González Enciso y J. M. Matés Barco (Coords.), *Historia económica de España*, Ariel, Barcelona, 2006.
- R. Grassby, *The Idea of Capitaliism before the Industrial Revolution*, Rowman and Littlefield, Oxford, 1999.
- J. Heers, *Jaques Coeur*, Perrin, París, 2008.
- D. Landes, J. Mokir y W. J. Baumol (Eds.), *The Invention of Enterprise*, Princeton U. Press, Princeton, 2010.
- H. Lapeyre, *Una familia de mercaderes: los Ruiz*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 2008.
- J. Le Goff, *Mercaderes y banqueros de la Edad Media*, Alianza, Madrid, 2010.
- J. Meyer, *Les capitalismes*, PUF, París, 1981.
- Murray, J. M., *Bruges, Cradle of Capitalism, 1280-1390*, Cambridge U. Press, Cambridge, 2005.
- I. Origo, *Il mercante di Prato. La vita di Francesco Datini*, BU Rizzoli, Milán, 1997.
- A. Piettre, *Las tres edades de la economía*, Rialp, Madrid, 1962.
- S. Pollard, *La génesis de la dirección de empresa moderna*, Ministerio de Trabajo, Madrid, 1987.

- Y. Renouard, *Les Hommes d'affaires italiens du Moyen Âge*, Tallandier, París, 2009.
- R. de Roover, *The Rise and Decline of the Medici Bank, 1397-1494*, Norton, Nueva York, 1966.
- R. Sabatino Lopez, *The Commercial Revolution of the Middle Ages, 950-1350*, CUP, Cambridge, 1976.
- R. Stark, *The Victory of Reason. How Christianity Led to Freedom, Capitalism and Western Success*, Random House, Nueva York, 2005.
- W. Sombart, *El burgués*, Alianza, Madrid, 1972.
- P. Verley, *Entreprises et entrepreneurs du XVIII siècle au début du XX siècle*, Hachette, París, 1994.





## Evaluación

---

### **Examen:**

Habrá un solo examen, al final de curso, en la fecha que indique la Facultad.

El contenido del examen serán preguntas sobre cuestiones a desarrollar relativas a los temas expuestos en las clases teóricas.

Los trabajos por los preparados por los alumnos personalmente y vistos en las clases prácticas no serán objeto de examen final, salvo que dichos trabajos no hubieran sido entregados.

### **Valoración:**

Examen final: 75%

Trabajos prácticos: 25%



## Logística (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Datos generales](#)

[Objetivos - Competencias](#)

[Programa](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

## Presentación

---

En esta asignatura se estudian las operaciones logísticas de una empresa. Se entiende por operaciones logísticas, todas aquellas actividades necesarias para la producción o prestación de un servicio que impliquen el movimiento de materiales, tanto dentro de la empresa como fuera de ella. En la primera parte de la asignatura se estudian todas las actividades relacionadas con la logística interna y en la segunda parte se estudia la logística externa.

Esta asignatura se imparte por los profesores:

Victoria Rodríguez ([vrodriguez@unav.es](mailto:vrodriguez@unav.es)) Despacho 3080 de la torre

José Antonio Alfaro ([jalfaro@unav.es](mailto:jalfaro@unav.es)) Despacho: segunda planta de la hilera

## Datos generales

---

Créditos ECTS: 6

Titulaciones en las que se imparte: tercer curso de los Grados de Administración de Empresas y Economía.

Perfil: Dirección de Negocios.

Módulo: Organización y Dirección de Negocios.

Materia: Organización y Producción.

Departamento: Empresa.

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales.

Tipo de asignatura: Optativa para los grados de ADE y de Economía.

## Objetivos - Competencias

---

1. Objetivo de contenidos:
  1. Conocer las decisiones claves del área de logística.
  2. Conocer los principios básicos del flujo de materiales e información dentro de una empresa.
  3. Manejar los principales documentos de producción.
  4. Dominar los modelos cuantitativos de gestión de inventarios.
2. Objetivos de competencias y habilidades:
  1. Realizar documentos de producción con hojas de cálculo.

### **Resultados de aprendizaje:**

1. Ejercicios realizados en clase: a través de estos ejercicios los alumnos aprenderán a desarrollar y utilizar los documentos relacionados con la gestión de las actividades logísticas.
2. Examen: a través de un examen los alumnos podrán demostrar el dominio de los conceptos y problemas clave asociados al área de operaciones logísticas de una empresa.

## Programa

---

TEMA 1. Introducción

PARTE I: LOGÍSTICA INTERNA

TEMA 2. Plan de producción

TEMA 3. MRP I y II

TEMA 4. Gestión de inventarios

TEMA 5. Teoría de las restricciones (TOC)

PARTE II: LOGÍSTICA EXTERNA

TEMA 6: Gestión de la cadena de suministro.

TEMA 7: Transporte.

TEMA 8: Almacenamiento..

TEMA 9: Logística inversa.

## Metodología

---

Los contenidos de la asignatura se trabajarán en sesiones presenciales y trabajo personal de los alumnos.

1. Actividades presenciales (45 horas):

1. Clases de exposición del profesor (14 horas): en estas clases se explican los aspectos más relevantes de los temas incluidos en el programa, y las conclusiones asociadas a la realización de los ejercicios. Los alumnos deberán acudir a estas clases habiendo leído la documentación que se les ha suministrado en ADI. Se trabajan las competencias 1, 2, 3 y 4.
2. Clases prácticas y en ordenadores (21 horas): se realizarán en horario de clase, y en ellas se trabajará en los documentos de de logística y se resolverán ejercicios en ordenador. Se trabaja la competencia 8.
3. Tutorías con el profesor (3 horas): se resolverán y discutirán dudas relacionadas con los ejercicios realizados en clase. Se trabajan las competencias 6, 7, 8 y 9.
4. Sesiones de evaluación (4 horas).

2. Actividades no presenciales (45 horas):

1. Estudio personal (45 horas): los alumnos trabajarán en ejercicios propuestos por los profesores y disponibles en ADI y repasarán los conceptos estudiados en clase. Se trabajan las competencias 1 a 4.



## Evaluación

---

Se realizarán dos exámenes durante el curso, el primero de ellos relacionado con la logística interna y el segundo con la logística externa. Cada uno de los exámenes tendrá un peso en la calificación final del 50%.

**REQUISITO PARA APROBAR: SACAR, AL MENOS, 4/10 PUNTOS EN CADA UNO DE LOS EXÁMENES.**

### EXAMEN DE LA PRIMERA PARTE:

- FECHA: 16 DE OCTUBRE
- HORA: 15:00.
- DURACIÓN: 1,5 horas.
- METODOLOGÍA: El examen será en el aula de clase y constará de 3 preguntas, cada una de las cuales tiene el mismo peso.

Convocatoria extraordinaria:

Examen final.





## Macroeconomía Avanzada (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Objetivo](#)

[Desarrollo de competencias](#)

[Metodología](#)

[Distribución del tiempo](#)

[Cronograma](#)

[Evaluación](#)

[Temario](#)

[Bibliografía](#)

[Trabajo](#)

## Presentación

---

Nombre de la asignatura: Macroeconomía avanzada

Departamento: Economía

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales

Carácter de la asignatura: Optativa

Créditos (ECTS): 6

Semestre: 1º

Número aproximado de horas de trabajo del alumno: 150

Idioma en que se imparte: castellano

Web de la asignatura: <http://www.unav.es/asignatura/macroeconomia/>

Horario de clases:

- Miércoles, 8.00-10.45
- Aula 7. Edificio Amigos

Profesor:

- Javier Elizalde Blasco
- Página web:  
<http://www.unav.edu/web/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/javier-elizalde>
- Email: [jelizalde@unav.es](mailto:jelizalde@unav.es)
- Horario de atención a alumnos: martes 11.00-13.00, jueves 11.00-12.00
- Despacho 2190 Edificio Amigos



## Objetivo

---

El objetivo de la asignatura es desarrollar algunos modelos de macroeconomía estática y dinámica. Hablaremos de los modelos de decisión de consumo, de la demanda de factores productivos, de las expectativas, de la eficacia de las políticas macroeconómicas, de las rigideces en los mercados, del desempleo, del déficit público y de la inflación.

## Desarrollo de competencias

---

En esta asignatura se trabajan una serie de competencias que el alumno adquirirá.

1. Desarrollo del razonamiento lógico.
2. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
3. Motivación y superación.
4. Sentido de la responsabilidad y del esfuerzo.
5. Capacidad de comunicación oral.
6. Capacidad de trabajo en equipo.
7. Capacidad crítica y autocrítica.
8. Fomentar las capacidades de innovación y liderazgo.
9. Planificación de tareas y gestión del tiempo.
10. Puntualidad y ética en el trabajo.
11. Capacidad de aprendizaje autónomo.
12. Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas.
13. Iniciación en técnicas de investigación básica, así como en la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.
14. El manejo suficiente en inglés para poder utilizar bibliografía científica en ese idioma y ser capaz de llevar a cabo trabajos escritos y presentaciones orales en el mismo.
15. Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos económicos.
16. Aplicación de la lógica económica a ámbitos específicos de la Economía, las finanzas y la empresa.
17. Conocimiento de modelos más avanzados de Teoría macroeconómica.
18. Perfeccionamiento en el análisis positivo y normativo de la realidad económica y social.
19. Conocer en profundidad los conceptos y métodos fundamentales de la Teoría Económica.
20. Aplicar las herramientas de la Teoría Económica al análisis y discusión de situaciones reales.
21. Llegar a conclusiones de carácter normativo, relevantes para la política económica, a partir de los conocimientos positivos.
22. Hacerse con conceptos, teorías y modelos que permitan formarse opiniones rigurosas sobre la realidad del entorno económico global.



23. Aplicación del razonamiento matemático y las herramientas cuantitativas al análisis de la realidad económica.
24. Capacidad para combinar y completar el razonamiento económico con el propio de otras disciplinas.
25. Capacidad de plantearse y responder preguntas relevantes sobre cuestiones económicas con una visión global de los conocimientos adquiridos.
26. Capacidad de defender de manera crítica y bien argumentada las ideas propias sobre temas económicos.

## Metodología

---

- La dinámica de la asignatura se basa principalmente en el aprendizaje de los principales modelos macroeconómicos sobre los temas de consumo, inversión, mercado de trabajo, política fiscal y expectativas y política monetaria.
- El aprendizaje de los modelos requiere en un primer lugar de la comprensión de los conceptos fundamentales que el modelo pretende explicar. A continuación se explican con detalle los supuestos del modelo y se desarrollan las ecuaciones del mismo haciendo hincapié en el seguimiento de cada uno de los pasos seguidos. Por último, se le da mucha importancia a los resultados del modelo procurando que el alumno comprenda las conclusiones de esa teoría y por qué se explica por medio de ese modelo.
- El desarrollo del modelo teórico se complementa con la realización de problemas prácticos que ayudan a entender el modelo y el papel que juega cada uno de los supuestos sobre los resultados del ejercicio y, por tanto, sobre las conclusiones del modelo.
- Los alumnos realizarán cinco prácticas, una por tema, en las que se enfrentarán a dos preguntas conceptuales, dos preguntas de desarrollo de modelos y dos ejercicios prácticos. Esta estructura es la misma que la del examen final. Las prácticas valen un 30% de la nota final.
- Además, los alumnos realizarán un trabajo por parejas en el que discutirán un artículo académico sobre alguno de los temas de la asignatura. Los alumnos comprenderán cómo la validez de los modelos a la hora de explicar la realidad va a depender del grado de plausibilidad de los supuestos del modelo. Este trabajo valdrá un 20% de la nota final.
- El examen final de la asignatura valdrá un 50% de la nota final y se requerirá un mínimo de un 5 en dicho examen para poder aprobar la asignatura.



## Distribución del tiempo

---

- Clases teóricas: **39** horas.
- Horas de realización de prácticas: **31** horas.
- Horas de estudio individual: **60** horas.
- Horas de realización del trabajo: **20** horas.

## Cronograma

---

Día 1 (4 de Septiembre): Tema 1.

Día 2 (11 de Septiembre): Tema 1.

Día 3 (18 de Septiembre): Entrega de Práctica 1 y Tema 2.

Día 4 (25 de Septiembre): Tema 2.

Día 5 (2 de Octubre): Entrega de Práctica 2 y Tema 3.

Día 6 (9 de Octubre): Tema 3.

Día 7 (16 de Octubre): Entrega de Práctica 3 y Tema 4.

Día 8 (23 de Octubre): Tema 4.

Día 9 (30 de Octubre): Entrega de Práctica 4, Tema 4.

Día 10 (6 de Noviembre): Entrega de Trabajo y Tema 5.

Día 11 (13 de Noviembre): Tema 5.

Día 12 (20 de Noviembre): Entrega de Práctica 5 y Tema 5.

Día 13 (27 de Noviembre): Resolución de prácticas y repaso.



## Evaluación

---

### **EVALUACIÓN ORDINARIA DE DICIEMBRE:**

- Prácticas (una por tema): 30%
- Trabajo: 20%
- Examen de diciembre: 50%.

Se requiere un mínimo de 5 en el examen final para poder aprobar la asignatura.

### **EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA DE JUNIO:**

- Prácticas (una por tema): 20%
- Trabajo: 10%
- Examen de junio: 70%.

Se requiere un mínimo de 4 en el examen final para poder aprobar la asignatura.

## Temario

---

### 1. Consumo

1.1.- Consumo con certidumbre de rentas futuras: Renta permanente (Friedman), Ciclo vital (Modigliani).

1.2.- Factores que influyen en la senda de consumo óptima: tipos de interés, preferencia temporal, restricciones de liquidez.

1.3.- Consumo con incertidumbre de rentas futuras: Paseo aleatorio (Hall), ahorro por precaución.

### 2. Inversión

2.1.- Demanda de capital y demanda de inversión

2.2.-  $q$  de Tobin

2.3.- Acelerador de la inversión

2.4.- Financiación de la inversión

### 3. Mercado de Trabajo

3.1.- Modelo clásico

3.2.- Rigidez de salarios y desempleo: contratos implícitos, salarios de eficiencia y negociación sindical

### 4. Política Fiscal

4.1.- Restricción presupuestaria intertemporal del gobierno y sostenibilidad de la deuda pública

4.2.- Señoriaje e impuesto inflacionario

4.3.- Debate de la eficacia de la política fiscal: Modelo neoclásico y Equivalencia ricardiana

### 5. Expectativas

5.1.- Expectativas adaptativas y racionales

5.2.- Curva de oferta agregada: modelo clásico Vs información imperfecta

5.3.- Crítica de Lucas

5.4.- Inconsistencia temporal de las políticas macroeconómicas con expectativas racionales

## **Bibliografía**

---

### TEMA 1. CONSUMO

-DAVID ROMER: Macroeconomía Avanzada. Ed. McGraw Hill (Capítulo 7).

### TEMA 2. INVERSIÓN

-ALFONSO NOVALES y CARLOS SEBASTIÁN: Análisis Macroeconómico I. Ed. Marcial Pons (Capítulo 5.2-5.4).

- A. ARGANDOÑA, C. GÁMEZ, F. MOCHÓN: Macroeconomía Avanzada I. Ed. McGraw Hill (Capítulo 5.4).

### TEMA 4. POLÍTICA FISCAL

- A. ARGANDOÑA, C. GÁMEZ, F. MOCHÓN: Macroeconomía Avanzada I. Ed. McGraw Hill (Capítulo 10.1-10.4.1, Capítulo 11.3.4-11.4.2).

# Trabajo

---

## TRABAJO DE LA ASIGNATURA MACROECONOMÍA AVANZADA

### CURSO 2013-2014

#### Introducción

Este trabajo lo deben realizar únicamente los estudiantes que toman la asignatura de Macroeconomía Avanzada que son aquellos estudiantes de Grado y los estudiantes internacionales. La nota de este trabajo cuenta un 20% de la nota final.

#### Grupos

Los grupos deben estar compuestos por dos o tres alumnos.

#### Material

El trabajo de la asignatura es empírico y, para la realización del mismo, deben utilizarse las cifras estadísticas de diferentes variables económicas y financieras junto con los apuntes de clase. Se puede emplear cualquier base de datos de la lista que aparece en este enlace: <http://www.bls.gov/bls/other.htm>

#### Modo de realización

Cada grupo debe elegir una variable como objeto de estudio para el periodo y país o grupo de países que quiera. Se puede analizar el comportamiento de esa variable para un país a lo largo del tiempo o comparativas entre países.

Las variables que se pueden elegir deben corresponder a cada uno de los temas de la asignatura o alguna variable relacionada:

Tema 1: consumo

Tema 2: capital fijo, inversión

Tema 3: tasa de desempleo, salario

Tema 4: déficit público, deuda pública

Tema 5: cantidad de dinero, tipo de interés

La variable elegida se puede desagregar como convenga y, una vez elegida, se debe explicar su comportamiento utilizando los valores de otras series de las bases de datos (tasa de inflación, tipo de interés, PIB per capita, etc.) y comparar los resultados con los modelos analizados en clase. No es necesario utilizar econometría, tan solo tablas comparativas y/o gráficas.

#### Evaluación

Se valorará la capacidad de explicación de los resultados en comparación o en contraste con las teorías analizadas en clase.

#### Presentación



El trabajo ha de realizarse en Word, tamaño 12 de la fuente Times New Roman. La extensión máxima del trabajo es de cinco páginas incluyendo las tablas y gráficos.

### Fechas

- Presentación de propuestas: viernes 25 de Octubre. La propuesta debe contener la composición del grupo, la variable elegida, las fuentes a utilizar y la metodología. Se recomienda tener una entrevista con el profesor para comentar el trabajo elegido. El profesor estará disponible de 11.00 a 12.00 en el despacho 2190 del Edificio Amigos. En caso de no poder acudir a esa hora, debe enviarse un e-mail a [jelizalde@unav.es](mailto:jelizalde@unav.es) para concretar otra hora.
- Entrega del trabajo: lunes 11 de Noviembre, por e-mail poniendo por título al e-mail: Trabajo de Macroeconomía Avanzada.



## Marca España (F.Económicas) (2013-2014)

[Marca España](#)

[Información práctica](#)

[Competencias](#)

[Metodología aprendizaje](#)

[Cronograma](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)

## Marca España

---

En esta asignatura se analizarán los elementos básicos que permiten establecer el diagnóstico de la percepción que se tiene de la "marca país" en el exterior y de su conexión con la realidad socioeconómica y cultural de un país. Todo el análisis estará centrado específicamente en el análisis de la "marca España".

Del diagnóstico se pasará a identificar posibles estrategias para reforzar y rentabilizar la reputación exterior de la marca España.

El proceso de trabajo y evaluación del alumno será eminentemente práctico, por lo que una parte principal de la nota se obtendrá por los análisis y presentaciones que los alumnos llevarán a cabo durante el semestre.

## Información práctica

---

Es una asignatura de 3 créditos ECTS. Dos horas de clase por semana.

Asignatura optativa para los alumnos de ADE y Economía

Se imparte en el primer semestre del curso 2013/14.

El idioma de enseñanza es el español.

El proceso de trabajo y evaluación del alumno será eminentemente práctico, por lo que una parte principal de la nota se obtendrá por los análisis y presentaciones que los alumnos llevarán a cabo durante el semestre.

Horario de las clases: viernes, de 12 a 14h. Aula 07.

Profesor responsable de la asignatura: Francesc Pujol

Horario de atención de alumnos: miércoles, de 16 a 19h (Despacho 4040)



# Competencias

---

## Competencias transversales

- Capacidad crítica y autoocrítica
- Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas
- Capacidad de aprendizaje autónomo
- Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas

## Competencias específicas

- Hacerse con conceptos, teorías y modelos que permitan formarse opiniones rigurosas sobre la realidad del entorno económico global
- Dominar los conceptos y técnicas asociadas a la Dirección Comercial
- Capacidad para combinar y completar el razonamiento económico con el propio de otras disciplinas

## Metodología aprendizaje

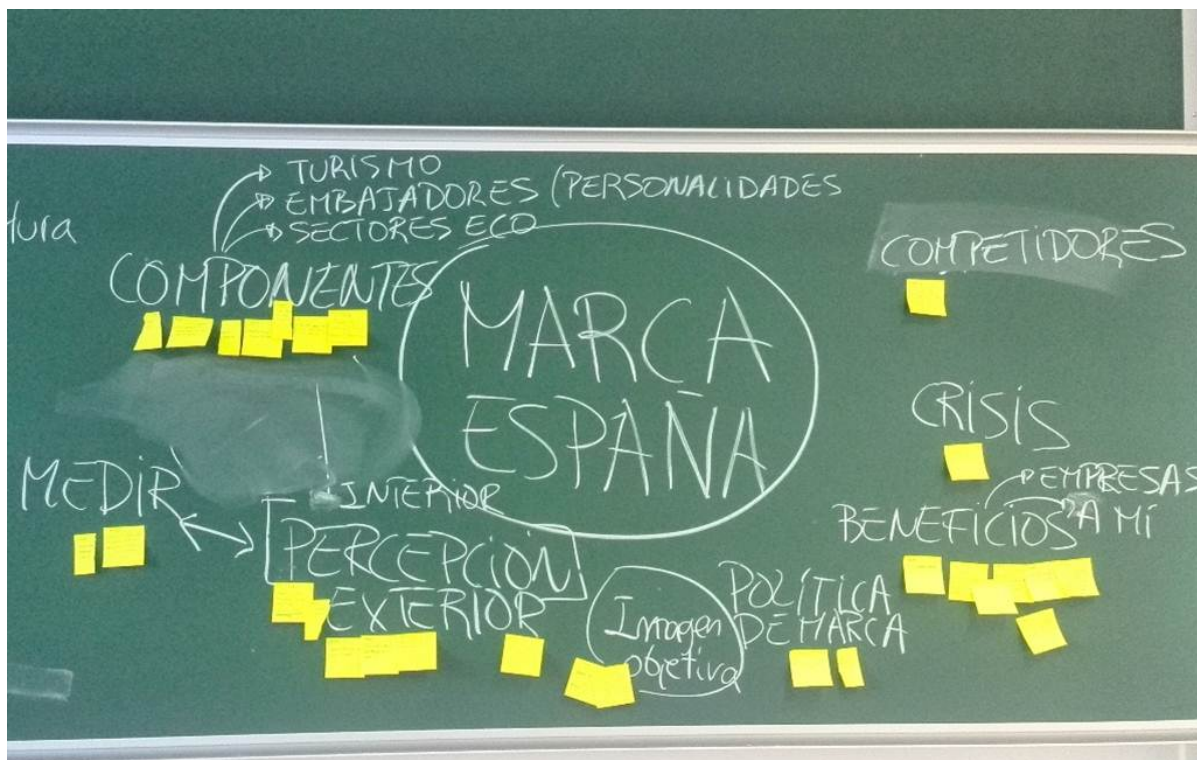
La metodología de aprendizaje utilizada en la asignatura Marca España se basa principalmente en el "**método del pensamiento crítico y creativo**" propuesto por el Prof. Robert Swarts, director del National Center for Teaching Thinking, Boston.

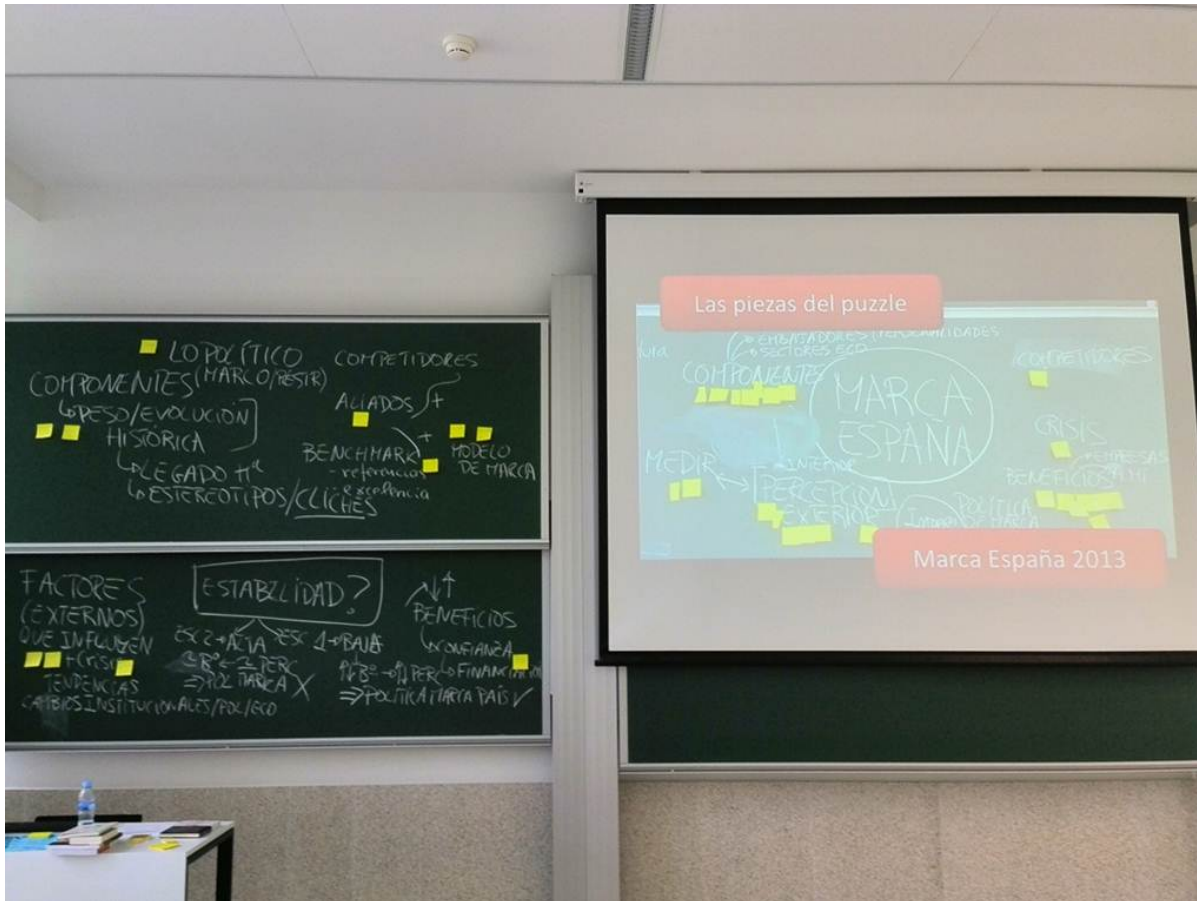
En esta metodología, la adquisición de conocimientos se construye principalmente por el **trabajo activo individual y colectivo de los alumnos** durante las sesiones con el profesor y con los trabajos y estudios que preparan los alumnos fuera del aula. El profesor canaliza, modera e impulsa el trabajo de los alumnos, pero no imparte conocimientos directos en forma de lección magistral.

El eje principal de esta metodología es el **aprendizaje por problemas**. En este caso, el "problema" a analizar es la marca España. En el aprendizaje por problemas, el profesor no da respuestas, sino que plantea preguntas en cada una de las etapas que los estudiantes van recorriendo. Son los alumnos los que van construyendo el contenido concreto de la asignatura.

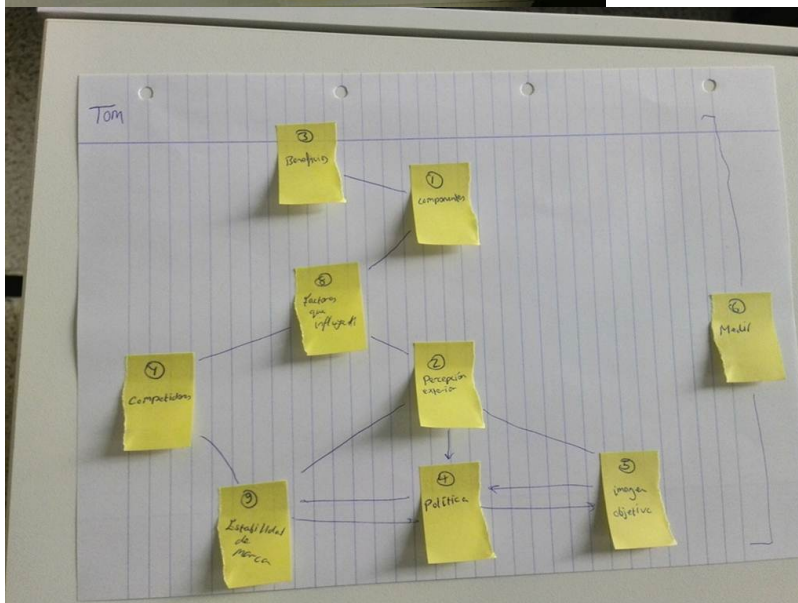
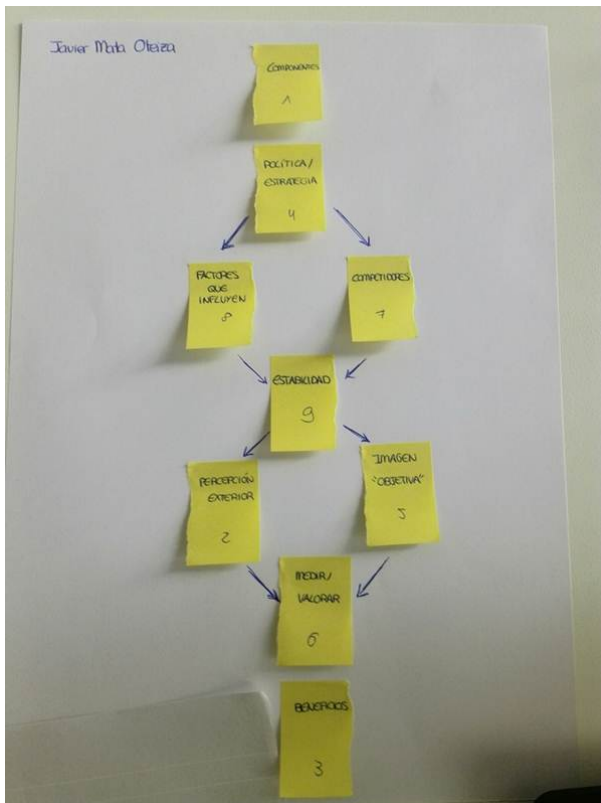
El enfoque dado para abordar el problema, que se comunica desde el inicio a los alumnos, es el del **análisis estratégico** y la **orientación branding**.

En la etapa inicial de identificación de los elementos principales del problema se utilizan técnicas de **concept mapping**.

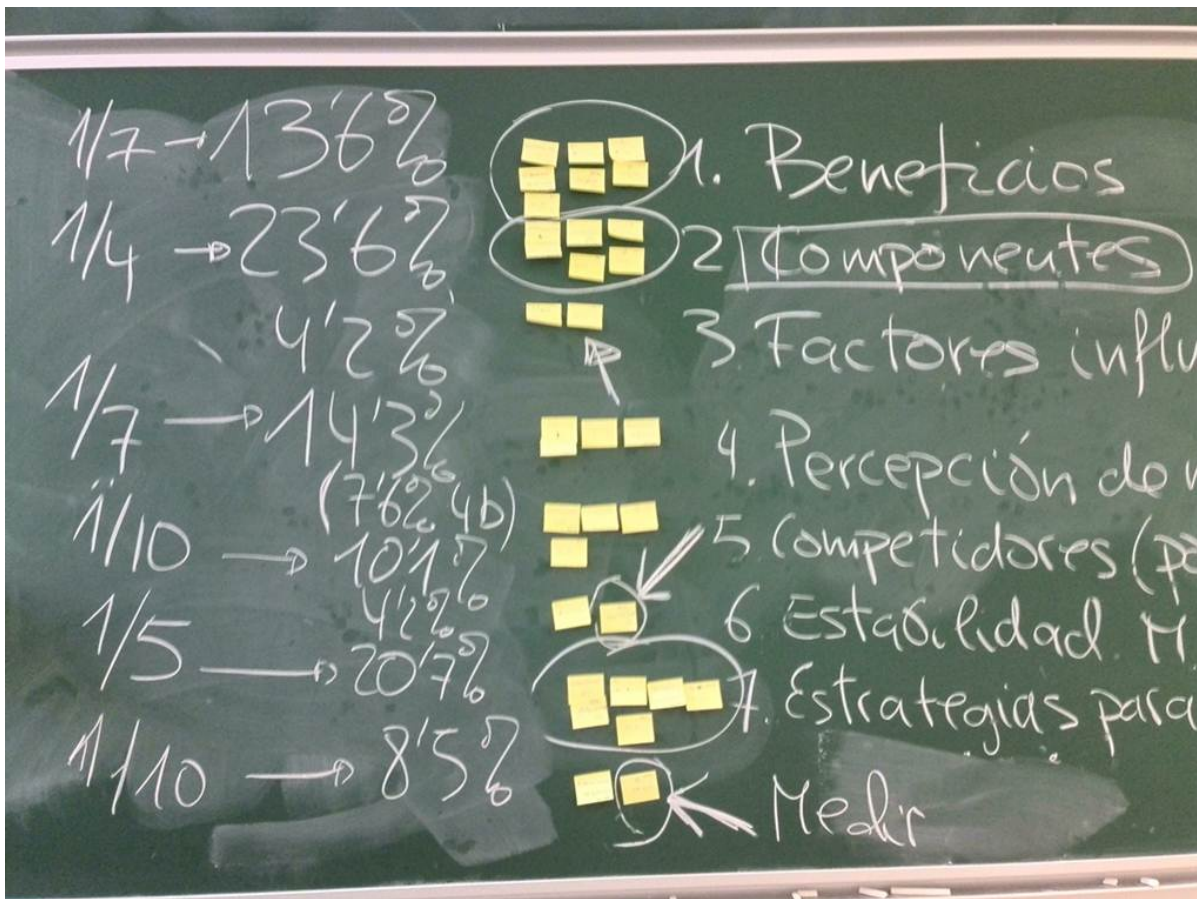




Se procede a continuación a establecer el **orden conceptual de análisis** de los componentes.



Se asigna a continuación el tiempo y recursos que se van a dedicar a estudiar cada una de las etapas de análisis de la marca España. Se utiliza para ello un **mecanismo de identificación de preferencias** con sistema de presupuesto limitado. Los alumnos decidirán por lo tanto qué énfasis pondrá el grupo en explorar cada una de los componentes del problema.



En cada etapa posterior (componentes marca España, percepción exterior, competidores) son los alumnos los que identifican los elementos concretos a considerar. Son también los alumnos los que seleccionan el caso concreto que van a analizar personalmente. Expondrán al resto de la clase en sesión oral los resultados de su investigación personal. Todas las contribuciones individuales serán puestas en común y debatidas para extraer los resultados principales de cada una de las etapas de análisis del problema.

En la fase final, cada uno de los estudiantes debe estar capacitado para formular un diagnóstico sobre las características y situación de la marca España. Igualmente, estará en medida para proponer estrategias de aprovechamiento y mejora de la marca España.

## Cronograma

---

La metodología de aprendizaje basada en el método de pensamiento crítico y creativo (ver sección "Metodología de aprendizaje") es incompatible con el diseño de un cronograma previo al desarrollo de la asignatura.

La metodología usada implica que se trabaja en un contexto abierto tanto en contenidos y como en ritmos. Quedan definidos por las elecciones concretas que toman los alumnos como grupo en cada una de la sesiones a lo largo de todo el semestre. Los bloques del temario y el tiempo dedicado a cada bloque se fijan cuando se concluye la etapa de identificación de preferencias con el sistema de presupuesto limitado.

## Evaluación

---

Tal como se expone en la descripción general de la asignatura: "El proceso de trabajo y evaluación del alumno será eminentemente práctico, por lo que una parte principal de la nota se obtendrá por los análisis y presentaciones que los alumnos llevarán a cabo durante el semestre.

En consonancia con la metodología empleada, el 70% de la nota se obtiene con el trabajo hecho en las 13 sesiones presenciales del grupo con el profesor, junto con dos presentaciones orales de investigación personal, descritos en "Metodología de aprendizaje".

El 30% de la nota restante corresponde a un análisis de síntesis individual al final del curso, que tiene valor de examen final.

Evaluación en la convocatoria extraordinaria de junio:

- 25 % nota de la participación en clase (septiembre-diciembre 2013).
- 35 % realización de dos trabajos específicos indicados por el profesor (el profesor podrá considerar la convalidación de un máximo de 1 trabajo sobre la base de los trabajos hechos durante el semestre entre septiembre y diciembre 2013 y presentados oralmente ante los alumnos). Los trabajos serán asignados al alumno en enero de 2014 y deberá entregarlo antes del 5 de abril de 2014
- 40 % prueba final individual en el período de exámenes de junio de 2014.

## Bibliografía

---

- Francesc Pujol (2013) Las imágenes de España. Informe 2013, Centro de Medios, Reputación e Intangibles, Universidad de Navarra.
- D+I Llorente & Cuenca (2013), Reputación y Liderazgo, Ed. Anatomía de Red.
- Ramon Ollé y David Riu, (2009) El nuevo Brand Management, Gestión 2000.
- Enrique Carreras, Angel Alloza y Ana Carreras (2013), Reputación corporativa, LID.
- Raúl Peralba (2010), El posicionamiento de la "Marca España" y su competitividad internacional, Pirámide





**Methods in valuating firms (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)**

## PROGRAM

---

### Program:

Chapter 1: The value of the firm, the value of the shares: Absolute o relative? Over time?

Investments and saving opportunities

Growth and solvency necessities

Means of compensation

Mean of payment. Opportunity or threat

Chapter 2: The economic reality versus accounting

Other sources of information. The dissemination of the information: shareholders versus competitors

Chapter 3: The analysts: Sell side, Buy side.

Equities. Fixed income. Rating Agencies

Chapter 4: Necessary basic instruments. The financial accounting (notions of consolidation). The financial mathematics. The vocabulary. Bonds valuation. Common sense.

Chapter 5: How much time do the investor have?

Price to book, Price to Earnings

Stock market trends or fundamental analysis

Chapter 6: Net Worth. Market multiples. Earning multiples. Influencing factors

Chapter 7: The Cash Flows. Different types. How to forecast them. The residual value.

Chapter 8: The cost of capital. The shareholder compensation. Shareholder value creation.

Chapter 9: The CAPM. The beta: leveraged or unleveraged

Chapter 10: The risk premium

Chapter 11: Convertible stock, preferred stock, perpetual debt, warrants. Other instruments.

Chapter 12: Mergers and acquisitions. The public offerings , the takeover bid.

### Evaluation:

Attendance will be controlled:

- For all students attending more than 80% of the lectures and that will hand all the weekly assignments:

- Team work (three people): 20%
- Weekly cases and participation: 30%
- Final exam: 50%

Or, if higher, the mark obtained after applying the alternative methodology.

- For students attending less than 80% of the classes or that have failed to hand the weekly assignments:

- Team work (three people): 20%
- Weekly cases and participation: 10%
- Final exam: 70%

**Tutorial:**

- Wednesday: 4.30 - 6 pm
- Thursday: 2.45 - 6 pm

Office: 1830 (first floor)

**Bibliografy:**

**Investment Valuation:** Tools and techniques for determining the value of any asset.

Aswath Damodaran, 1996. Ed. Gestión 2000

**Professor:**

Antonio Aparicio, 62 year old, Civil Engineer , MBA IESE, Worked 7 years in JP Morgan, Madrid and New York, and 15 years in Santander Bank, Madrid, Head of the staff of the Chairman.



## Modernización de la Economía y la Empresa Española (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTACIÓN](#)

[DATOS GENERALES](#)

[OBJETIVOS](#)

[PROGRAMA](#)

[METODOLOGIA DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA](#)

[EVALUACIÓN](#)

[CRONOGRAMA](#)

[BIBLIOGRAFÍA](#)

[HORARIOS DE ATENCIÓN AL ALUMNO](#)

# PRESENTACIÓN

---

## PRESENTACIÓN

Descripción de la asignatura



- La economía y la empresa española actuales son el resultado de un proceso histórico de modernización.
- Esta asignatura pretende que el alumno comprenda cómo la historia reciente ha configurado las características actuales de la economía y de las empresas.
- Las características de sus empresarios, la ubicación de sus empresas o las relaciones con otros agentes económicos, como el estado o los sindicatos, se han ido tejiendo en un proceso histórico.
- La flexibilidad o la rigidez de la economía española y de sus empresas para adaptarse y aprovechar las diversas coyunturas, puede comprenderse mejor en una perspectiva histórica.
- La metodología que se utilizará será la del caso.
- Se estudiará el desarrollo de empresas españolas de diversos sectores económicos, con el objetivo de que el alumno comprenda en qué condiciones se ha desarrollado en España su economía, la gerencia empresarial y el funcionamiento de los mercados y su relación con los consumidores, nacionales e internacionales.

## DATOS GENERALES

---

- Asignatura optativa de 6 ECTS (150-180h)
- CURSO TERCERO Y CUARTO
- GRADO ADE Y ECO
- 1º semestre
- Horario de clases. Véase horario Facultad o en Automatrícula
  
- Profesor:



- Dr. Rafael Torres Sánchez
  - [rtorres@unav.es](mailto:rtorres@unav.es)
  - Despacho 2910
  - Teléfono 42 56 25 Ext.2093

- HORARIO DE CLASES Y AULUA

- LUNES:

- 8-9H Y 9-10H

- AULA 09

- MARTES:

- 9-10h Y 10-11H

- AULA 08

## OBJETIVOS

---

### Objetivos de competencias y habilidades que el alumno debe desarrollar

1. Esta asignatura ayudará al alumno a ejercitar la comprensión e interpretación de los acontecimientos económicos en los **contextos en los que se producen**.
2. Interesa que el alumno desarrolle una capacidad de **interrelacionar acontecimientos y procesos**, aprendiendo a distinguir lo coyuntural de lo estructural.
3. Esta asignatura enfatiza la importancia de trabajar con las variables **evolución y tiempo** en cualquier análisis. Se espera que el alumno pueda mejorar esta habilidad.
4. Por la importancia concedida en la asignatura al **ejercicio reflexivo e interpretativo de los desarrollos económicos** se exigirá la redacción de un trabajo o práctica. Consistirá en el comentario y exposición de un gráfico, tabla o cuadro. Con ello se pretende que el alumno desarrolle las capacidades de síntesis y evaluación interpretativa.
5. El trabajo o práctica pretende, además, enseñar al alumno a pensar con rigor y a mejorar la habilidad de **comentar con rigor** la evolución de alguna variable.

#### INDITEX

Bershka Oysho

ZARA

Kiddys Class



Massimo Dutti

ZARA HOME

Pull and Bear

## PROGRAMA

---

- 1.- El crecimiento económico en el siglo XVIII. Expansión colonial y articulación nacional.
- 2.- La crisis del Antiguo Régimen. Las claves del retraso económico.
- 3.- La industrialización de la economía y las empresas española (1840-1913)
- 4.- La expansión de la economía española (1914-1936)
- 5.- El retraso de la economía española. Aislamiento y nacionalismo (1936-1959).
- 6.- La progresiva liberalización de la economía y empresas españolas (1960-1975).
- 7.- Integración europea e internacional de la economía y empresas españolas (1975-2000).





# METODOLOGIA DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

---

## Clases

1. El contenido fundamental de la asignatura será **explicado íntegro en clase**. La idea es presentar los aspectos y datos esenciales de cada tema, a partir de los cuales se podrá reflexionar y comentar en la propia clase.
2. Las clases serán básicamente **teóricas** pero tendrá un fuerte apoyo en material gráfico (tablas, diagramas, mapas) que serán objeto de comentario en clase.
3. Dado el carácter interpretativo y reflexivo de la asignatura, se ruega la **asistencia** a todas las clases.
4. El alumno podrá **completar el contenido** de las lecciones impartidas en clase con una Bibliografía Recomendada y una Bibliografía Complementaria (véase más adelante).
5. Todo el material expuesto en Power Point en clase será accesible al alumno en ADI
6. Cualquier duda podrá consultar con el profesor en horario de asesoramiento. (véase arriba).
7. 35 horas de clases expositivas



## Prácticas.

1. Las prácticas son obligatorias.
2. Consistirán en la realización de un caso de Historia Empresarial.
3. El alumno deberá realizar un estudio sobre un caso de una empresa española, que deberá elegir el alumno.
4. La fecha límite de presentación es el último día de clase.
5. Se presentará en papel al profesor, en mano.
6. La metodología para realizarlo será explicada en clase y en los seminarios previamente anunciados en clase.
7. La extensión será de un máximo de 20 folios (incluida bibliografía, fotografías, tablas y gráficos)
8. El trabajo se podrá hacer por una o dos personas. En el caso de dos personas, el texto será de un máximo de 40 folios.
9. Se identificará en la portada el autor o autores.
10. Es imprescindible, y sin esta condición el trabajo será evaluado con un 0, que:
  - El texto esté estructurado conforme a un índice.
  - Identifique con citas a pie de página el origen de las opiniones, comentarios y cifras utilizadas, tanto si son del autor del trabajo como de otras.
11. Se trabajaran los conocimientos del programa 1 a 7.
12. Se trabajaran las habilidades de 1 a 5.
13. Se estima necesaria para 20 horas de prácticas realizar el caso de Historia Empresarial.

## Seminarios.

- A lo largo del curso se realizarán varios seminarios para analizar los planteamientos y resolver dificultades sobre el caso realizado.

- Se explicará en clase la distribución de seminarios y su calendario. Este no se anuncia ya puesto que la distribución final dependerá del número final de casos que se vayan a realizar y las posibilidades de agruparlos temáticamente.
- Será imprescindible y obligatoria la asistencia a estos seminarios, aunque la convocatoria sea para varios grupos.
- 10 horas de seminario. Discusión con el profesor y en público del caso.



### Tutoría

- Los alumnos podrán acudir a la tutoría previa cita con el profesor para resolver dudas que hayan podido surgir en relación a la asignatura.
- **Se trabajaran los conocimientos del programa 1 a 7.**
- **Se trabajaran las habilidades de 1 a 5.**



### Trabajo personal del alumno

- Tiempo dedicado al estudio de la asignatura y la preparación de las distintas actividades formativas.
- **Se trabajaran los conocimientos del programa 1 a 7.**
- **Se trabajaran las habilidades de 1 a 5.**
- 1-2 horas de tutorías

### Evaluación

- El modo de evaluación se describe en el apartado "Evaluación"
- Demostrar mediante todas las pruebas, si se han alcanzado los objetivos de la asignatura
- 4 horas de evaluación



### **Distribución del tiempo**

- 45 horas de clases expositivas
- 20 horas de prácticas para realizar el caso de Historia Empresarial.
- 10 horas de seminario. Discusión del caso.
- 1-2 horas de tutorías
- 4 horas de evaluación
- 75-85 horas de trabajo personal del alumno

## EVALUACIÓN

---

Nota final estará compuesta de:

1.- **Prácticas.** Realización del **caso** y asistencia a seminarios: **25 %** de la nota final.

- **La fecha límite de presentación es el último día de clase.**
- **Se presentará en papel al profesor, en mano.**

2.- **Examen escrito** de Diciembre: **70%** de la nota final.

- Por determinar fecha y aula.

3.- **Participación en clase:** **5 %** de la nota final..

4.- No hay examen parcial. Es sustituido por el caso.

5.- Si se suspende la asignatura, se guardará la nota del caso, si este no está suspenso.



## **CRONOGRAMA**

---

1. Clases expositivas.

o Cada semana habrá tres clases expositivas

2. Casos

o Cada semana habrá una clase para trabajar los casos.

### **CRONOGRAMA**

#### **HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO**

| <b>SEMANA</b> | <b>Clases<br/>expositivas</b> | <b>Prácticas</b> | <b>Seminarios</b> | <b>Estudio<br/>personal</b> | <b>Tutorías</b> | <b>Exámenes</b> | <b>TOTAL</b> |
|---------------|-------------------------------|------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 1             | 3                             | 2                |                   | 8                           |                 |                 | 13           |
| 2             | 3                             | 2                |                   | 8                           |                 |                 | 13           |
| 3             | 3                             | 2                |                   | 8                           | 0,5             |                 | 13,5         |
| 4             | 3                             | 2                |                   | 7                           |                 |                 | 12           |
| 5             | 3                             | 2                |                   | 7                           |                 |                 | 12           |
| 6             | 3                             | 1                | 1                 | 5                           |                 |                 | 10           |
| 7             | 3                             | 1                | 1                 | 5                           | 0,5             |                 | 10,5         |
| 8             | 3                             | 1                | 1                 | 5                           |                 |                 | 10           |
| 9             | 3                             | 1                | 1                 | 5                           |                 |                 | 10           |
| 10            | 3                             | 1                | 1                 | 5                           |                 |                 | 10           |
| 11            | 3                             | 1                | 1                 | 6                           | 0,5             |                 | 11,5         |

|              |           |           |           |           |          |          |            |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|
| 12           | 3         | 1         | 1         | 5         |          |          | 10         |
| 13           | 3         | 1         | 1         | 5         |          |          | 10         |
| 14           | 3         | 1         | 1         | 5         |          |          | 10         |
| 15           | 3         | 1         | 1         | 6         | 0,5      | 4        | 15,5       |
| <b>TOTAL</b> | <b>45</b> | <b>20</b> | <b>10</b> | <b>90</b> | <b>2</b> | <b>4</b> | <b>171</b> |



## BIBLIOGRAFÍA

---

Bustelo, Francisco (1996): *Historia Económica: Introducción a la historia mundial. Historia económica de España en los siglos XIX y XX*, Madrid, Síntesis.

Carreras, Albert (2004): *Historia Económica de la España Contemporánea*, Crítica.

Comín, Francisco (2002): *Historia Económica de España, siglo X-XX*.

García Delgado José Luis, (1993): *España, economía*, Madrid, Espasa-Calpe.

Germán, Luis y otros (2001): *Historia Económica regional de España, siglos XIX y XX*, Barcelona, Crítica.

González Enciso, Agustín y Juan Manuel Matés Barco (coordinadores) *Historia económica de España*, Barcelona : Ariel, 2006.

González Enciso, A. (1992): *Historia económica de la España Moderna*, Madrid, Actas.

Nadal, Jordi, (2003): *Atlas de la Industrialización de España, 1750-2000*, Barcelona, Crítica.

Valdaliso, J.M y Santiago López, (2000): *Historia económica de la empresa*, Barcelona, Crítica.

Vázquez de Prada, V. (1999): *Historia económica mundial*, Pamplona, EUNSA.

Se recomienda la consulta del libro

González Enciso, Agustín y Juan Manuel Matés Barco (coordinadores) *Historia económica de España*, Barcelona : Ariel, 2006.

[Localiza este libro en la biblioteca](#)



## HORARIOS DE ATENCIÓN AL ALUMNO

---

Dr. Rafael Torres Sánchez

- Edificio Económicas.
- Despacho 2260
- Teléfono 42 56 25 Ext.2093
- Horario: Véase horario Facultad
- Concertar cita previamente por mail: [rtorres@unav.es](mailto:rtorres@unav.es)





## Project Management (F.Económicas) (2013-2014)

[Introduction](#)

[General Information](#)

[Course Objectives](#)

[Course contents](#)

[Methodology](#)

[Grading](#)

[Bibliography](#)

## Introduction

---

When the Steering Committee of a company decides to move from one situation to another in any area of management of the company (engineering, production, information systems, finance, etc..) is necessary to carry out a project.

The projects generate significant investment for the company and involve several departments, customers and suppliers, which implies the need to comply with requirements, deadlines and costs. Failure to make a success of the projects produced significant losses, being the main economic and prestige or image, of the staff and the company involved.

All companies make each year different projects with deep impact over their operations. The heads of various departments and areas that make up the company must be trained and prepared to be able to manage them.

The aim of the course is to provide students with knowledge and tools for the proper design, monitoring, closure and evaluation of projects. Such knowledge includes technical and management aspects.

**Duration:** First Semester

**Course:** 3rd and 4th

**Credits:** 6

**Type of course (compulsory, optative):** Optative

**Professor:** Nicolás López Cisneros

**Language:** English

**Schedule:** Tuesday 16::00-18:00, Aula 05, Wednesday 16::00-18:00, Aula 03

**Teacher's office:** 0490, , Edificio Amigos

**Office Hours:** Dropbox (web application) and ADI is used to share work and projects. The teacher via email usually answers questions in real time. Students make appointments via e-mail (rarely needed).

## General Information

---

ECTS credits: 3

Undergraduate degree (s): Degree in Business Administration and Degree in Economics

Module: Organization and Business Management.

Subject: Organization and Production.

Profile: Business.

Department: School of Economics and Business Administration

Type of course: Optative

## Course Objectives

---

### General skills and abilities:

1. Ability to work under pressure and time requirements
2. Situation analysis of the profiles of the team.
3. Capacity for analysis and synthesis of issues addressed.
4. Ability to work in a team and present work orally.
5. Knowledge of tools for planning and time management.
6. Ability to learn autonomously and in teams.

### Specific skills and abilities:

1. Ability to identify the involvement of different individuals in the achievement of the project.
2. Obtain a theoretical and practical knowledge of project management, focusing on its success through people.
3. Know the organizational structure of a project, and coordinating relations / conflict between the various participants.
4. When analysing a project of a supplier, identify gaps.
5. The ability to present projects to clients or superiors in order to obtain their approval.
6. Knowing how to identify a project when it has been diverted and the need to take critical actions.

### Learning outcome for students attending the course:

1. Knowledge of project planning tools.
2. Practical examples of simulating different parts of project management.
3. Being able to identify different profiles involved in the project and their true expectations.
4. The ability to manage different profiles involved in the project: the project applicant, suppliers, dependents, etc..
5. Through case studies (in groups), carry out the different stages of a project.
6. Public presentation of the completed project (for the whole group).
7. Analysis with the results of project completed project and contrasts with the initial expectations

## Course contents

---

### TOPIC 1: BASIC CONCEPTS

- Definitions and features.
- Business strategy and projects.
- Types of projects.
- Management and life cycle of a project.
- Project management categories.

### TOPIC 2: FUNDAMENTAL COMPONENTS OF PROJECTS

- Project goals.
- External and internal competitors.
- Project Manager experience areas.
- Knowledge Areas.
- Expectations of success.

### TOPIC 3: PROJECT MANAGEMENT SYSTEMS

- Standard structure and documentation.
- Some methodologies.
- Process concept.
- Knowledge project management.

### TOPIC 4: PROJECT MANAGEMENT FRAMEWORK

- Project and Organization Lifecycle.
- Project Management processes.
- Manage multiple projects.
- Trends in Project Management.

### TOPIC 5: PROJECT SELECTION FACTORS

- Compilation scope requirements.
- Compliance deadlines.

- Financial scope.
- Deviation cost.
- Analysis of results.

#### TOPIC 6: TOOLS PROJECT MANAGEMENT TECHNIQUES.

- Planning. Gantt diagrams.
- Pert Method: Calculation of Critical Pathways.
- Process software tools for project management.
- Project documentation creation.
- Project presentation creation.

#### TOPIC 7: HUMAN PROFILES IN PROJECTS.

- The figure of internal or external customer.
- The composition of the team itself.
- Suppliers management .
- Combination of different profiles and their individual and group management.

#### TOPIC 8: INITIATION PROCESSES.

- Business Case.
- Feasibility Study.
- Opportunity defense.
- Stakeholders in the project.
- Project Charter: design and sizing.

#### TOPIC 9: PLANNING PROJECTS

- WBS analysis.
- Time: Gantt.
- Determination of Costs.
- Project Team.
- Risk Analysis.
- Quality Control.

- Procurement Management.

#### TOPIC 10: IMPLEMENTATION, MONITORING AND CLOSING.

- Milestones and checkpoints.
- Follow-up Meeting Management.
- Decision-making and Negotiation.
- Error Control.
- Validation of deliverables.
- Evaluation and learning lessons.

#### TOPIC 11: TRADING SITUATIONS IN PROJECTS.

- Decision making.
- Customer presentation
- Reporting crisis events.
- Types of Negotiations.
- Errors in projects

## Methodology

---

### Classroom activities:

1. Lecturer's master classes (40 hours). In these classes the most important aspects of the topics included in the program will be explained. Students must attend these classes with the documentation supplied to them.
2. Practical classes (20 hours); various exercises and case studies provided will be discussed and resolved. Students must attend these sessions having studied the contents of the classes taught by the teacher. In some of these sessions students will be asked to solve an exercise (or a case) and give a presentation. Also carry out activities based on a simulation of a project in which the practical classes may also be worked in a computer room.
3. Development work done on the entire project: students will have to develop this activity in groups, and present it in class.
4. Final exam (1.5 hours).

### Non-classroom activities.

The student will spend about 30 hours working with the subject material, understand the concepts explained in the classes taught, exercises, prepare the case studies make the group work, and study for exams.



## Grading

---

The final grade for the course is determined by the weighted average obtained from the following notes:

### **December announcement:**

1. Class participation, simulator-related tasks, and case study: 10%
2. Evaluation of work done during the course: 55%
3. Final exam: 35%

### **June announcement:**

1. Evaluation of work done during the year: 40%
2. Final exam: 60%

In the announcement for June, jobs may be submitted in addition to those made during the course to increase the grade obtained in the exercises and works.

## Bibliography

---

- Project Management Institute, Inc. (2008). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK®; Guide), Fifth Edition.
- Michael S. Zambrusky (2008). A Standard for Enterprise Project.
- Larry Richman (2011). Improving Your Project Management Skills.
- R. Camper Bull (2010). Moving From Project Management to Project Leadership.
- Larry Richman (2011). Successful Project Management.
- Richard Newton (2006). Project Management Step by Step.



## Quality Management (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTATION](#)

[OBJECTIVES OF THE COURSE](#)

[SKILLS AND COMPETENCES](#)

[COURSE CONTENTS](#)

[METHODOLOGY](#)

[EVALUATION](#)

[BIBLIOGRAPHY](#)



## PRESENTATION

---

Name of the course: QUALITY MANAGEMENT

Faculty: Business and Economics

Department: Business

Grades: International Degree of Management and International Degree of Economics

Course: 3rd and 4th

Credits: 6

Type of course (compulsory, optative): Optative

Language: ENGLISH

## **OBJECTIVES OF THE COURSE**

---

- The course will focus on the basic aspects of quality management and continuous improvement and the key aspects to be considered for an effective implementation in any kind of company or business.
- The students will learn about the main tools, models and systems used in excellent companies and will be able:
  - To understand the key concepts about quality management and its implementation at company level.
  - To understand the principles of Excellence.
  - To reach a sound comprehension about the most important systems and models to develop quality (ISO, ...) and excellence management (EFQM, Malcom Baldrige, ...).
  - To know the most common tools and practices to develop quality culture within the organisations (Continuous improvement, SixSigma, QFD, AMFE, ...).
  - To understand the linkage between quality and global management (strategy, processes, innovation, ...).

## SKILLS AND COMPETENCES

---

In this course there are a number of competences that the student will work on:

- Development of logical reasoning.
- Ability of analysis and synthesis of the defined problems.
- Motivation and self-improvement.
- Quality basic tools and models.
- Sense of responsibility and effort.
- Ability of oral communication.
- Ability of team work.
- Ability of critics and self-critic.
- Planning of tasks and time management.
- Ability of planning and self-assessment.
- Ability of autonomous learning.
- Interdisciplinary vision of the business organization.



## **COURSE CONTENTS**

---

- 1.- Introduction**
- 2.- Quality Management Systems**
- 3.- Tools and practices for Quality Management**
- 4.- Quality Management Systems**
- 5.- Process management**
- 6- 5S Methodology**

## METHODOLOGY

---

### 1. Classroom activities:

- Professor classes (**30 hours**): These will cover the most relevant aspects of the topics included in the program. Students must attend class and read in advance the documentation supplied to them in ADI.
- Practice classes (**12 hours**): Exercises and case studies provided through ADI will be resolved and discussed. Students must attend these sessions, having studied the contents of the classes taught by the teacher. In some of these sessions students will be asked to solve an exercise (or a case) and deliver it.

### 2. Non-classroom activities:

- Work in pairs in which they will discuss a topic presented by the teacher and will have to develop their own proposal for a solution. This work will be presented in the classroom by each group.
- The student will study the course material, to understand the concepts explained in class, to apply them during exercises resolution, to prepare case studies, the work in pairs and, finally, to prepare the exams.





## EVALUATION

---

- Final exam :(multiple choice test. **(40%)**)
- Class participation (team working, participation and practical cases), and team job (preparation and presentation): **60%**

Requisite: to obtain, AT LEAST, 4/10 in the final exam.

## BIBLIOGRAPHY

---

- Quality Management for Organizaional Excellence: Introduction to Total Quality (David L. Goetsch / Stanley Davis)
- Quality Function Deployment: How to make QFD work for you (Louis Cohen)
- In search of Excellence (Tom Peters)
- The Toyota way to continuous improvement: linking strategy and operational excellence to achieve superior performance. (J.Liker / J.K. Franz)
- Business Process Improvement: The breakthrough strategy for Total Quality Productivity and Competitiveness. (HH.J. Harrington).
- Quality Management Principles (ISO).
- The ISO 9000 Family - Global management standards (ISO).
- Selection and use of the ISO 9000 family of standards. (ISO)
- EFQM Excellence Model 2010. (EFQM).
- Assessing for Excellence (EFQM).
- Customer Perception. 2009 Benchmark Report. (EFQM).
- Above the Clouds: A guide to trends changing the way we work: a project. (EFQM).
- The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. (R. Kaplan / D.Norton).
- The Strategy Focused Organisation: How Balanced Scorecard Companies thrive in the New Business Environment (R. Kaplan / D. Norton).
- Strategy Maps: Converting intangible Assets into Tangible Outcomes. (R: Kaplan / D: Norton).



## Religion in a Globalized World (F. Económicas) (2013-2014)

[PRESENTATION](#)

[OBJECTIVES](#)

[PROGRAM](#)

[METHODOLOGY](#)

[GRADING SYSTEM](#)

[BIBLIOGRAPHY](#)



## PRESENTATION

---

- **Course:** Religion in a Globalized World
- **Faculty:** Economics
- **Duration:** Semestral
- **Semester:** Fall 2013
- **Number of Credits:** 3.0 ECTS
- **Professor:** Elizabeth Reichert
- **Language:** English
- **Schedule:** Tuesday 8:00-10:00, Aula 04
- **Office Hours:** Tuesday 10:00-13:00, Despacho 2020, Edificio Amigos
- **Description:** This course presents an overview of the presence of religion in the modern world. It examines various theories of the necessity (or lack thereof) of religion in a globalized world and the relation between religious beliefs and scientific developments. The five major religions (Christianity, Islam, Hinduism, Buddhism, and Judaism) will be examined in detail. Other religions will also be considered through group presentations.

## OBJECTIVES

---

- Develop a concept of the notion of religion in general
- Examine various viewpoints of the role of religion in a modern, scientific, globalized world.
- Know the historical origins, central teachings, and practices of the world's major religions
- Be able to articulate both the similarities and differences among the world's religions, focusing in particular on the concepts of revelation, the divine, man, salvation, death and the after-life
- Encounter primary source texts from the major world religions
- Gain awareness of recent attempts at ecumenical and interreligious dialogue

## PROGRAM

---

### Tuesday, 3/9:

- Course Introduction | Religious Literacy Quiz
- Why Study World Religions?

### Tuesday, 10/9:

- Is religion necessary in a modern, scientific, globalized world?
- Are all religions the same? Is God one?

### Tuesday, 17/9:

- Hindusim

### Tuesday, 24/9:

- Group Presentation
- Hindusim

### Tuesday, 1/10:

- Group Presentation
- Buddhism

### Tuesday, 8/10:

- Group Presentation
- Buddhism

### Tuesday, 15/10:

- Group Presentation
- Judaism

### Tuesday, 22/10:

- Group Presentation
- Judaism

### Tuesday, 29/10:

- Group Presentation
- Christianity

### Tuesday, 5/11:

- Group Presentation
- Christianity

### Tuesday, 12/11:

- Group Presentation
- Islam

**Tuesday, 19/11:**

- Islam

**Tuesday, 26/11:**

- Religious Tolerance
- Religious Dialogue



## METHODOLOGY

---

### **Distribution of Time (75 hours):**

- **30 hours** classes
- **35 hours** reading and studying class notes and assigned readings
- **10 hours** investigating a religion for the group presentation

### **Tasks of the Student:**

- Attend classes having read the assigned materials
- Participation in class discussion (respond to and raise questions in the class)
- Attention during lectures and presentations, taking notes
- Personal and group study to prepare a class presentation



## GRADING SYSTEM

---

**Assigned Readings and Course Participation:** 10% of the final grade

Students must read the assigned material available in ADI according to the dates given by the teacher. Students must attend class with the assigned readings prepared to discuss the material.

**Group Presentation:** 30% of the final grade

Students will work in groups to prepare a presentation of a religion that will be assigned to them. The oral presentation to the class will require visual elements as well as a written assignment that will be presented to the teacher.

**Partial Exam:** 30% of the final grade / **Final Exam:** 30% of the final grade

Each of these exams will cover half of the material covered in class lectures. The students will be expected to know the historical origins, central teachings, and practices of the religions presented in class. The student should be able to both recognize the similarities and differentiate among the teachings and practices of each religion.

**Partial Exam:** One must earn a 5 on the exam to be exempt from this material on the final exam. Those who earn below a 5 must take a comprehensive final exam that will count for 60% of the final grade. Those who earn above a 5 have the option of taking a comprehensive final exam (worth 60% of the grade) or a final exam covering only the second half of the course material (worth 30% of the grade).

**Final Exam:** Will consist of multiple choice, true/false, and short answer questions. Students will be expected to know the basic elements of each religion (for example, the sacred texts and basic terms) and an understanding of basic concepts (for example, the views of the afterlife and salvation). Students should also be able to compare and contrast the similarities and differences in each religion. An outline of exam material will be posted on .ADI before the final exam.



## BIBLIOGRAPHY

---

### Required Reading:

Articles, primary sources, and selected readings available on ADI



## Risk Management (F.ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Risk Management - CONTENTS](#)

[Risk Management - OBJECTIVES](#)

[Risk Management - EVALUATION](#)

[Risk Management - BIBLIOGRAPHY](#)

# **Risk Management - CONTENTS**

---

Introduction - Financial Risk

Banks - Their role in the economy and inherent risks

Trading in financial markets and how traders manage risks

The credit crisis from 2007 on

The measurement of risk: VaR, Volatility, Correlation and Stress Testing

Market risk

Interest rate risk

Credit risk

Operational risk

Liquidity risk

The regulation of financial institutions

Review and Risk management mistakes to avoid

## **Risk Management - OBJECTIVES**

---

The objective of the subject is to understand the nature, types, measurement, management and regulation of financial risk from the point of view of financial institutions and particularly retail banks.

The student should be able to identify the main components of risk management and hedging, the basic theoretical background behind the essential concepts of the subject and get a sufficient degree of practical knowledge in order to apply risk management techniques to real life cases.

Although the subject is focused on the risk management of financial institutions, the conceptual framework and tools are also to be applied to non financial companies.

## **Risk Management - EVALUATION**

---

The classes (3 hours a week) aim at both theoretical explanations as well as question and answer sessions and practical cases. That is why class attendance, participation in Q&A sessions and homework is an essential part of evaluation. These items will account for 50% of the evaluation, with the remaining 50% being based on the exam.

The professor is available to students (individually or in groups) before and after the class in order to further elaborate on theory and practical cases or for a deeper understanding of the subject and additional bibliography and documents. Students are invited to send an email to fix a time slot. Other days are also possible, subject to prior arrangement.



## **Risk Management - BIBLIOGRAPHY**

---

The book "Risk Management and Financial Institutions" by John C. Hull (Wiley Finance, 3rd edition) is recommended. However, the slides provided in class and available in the students' section of the University's web page will contain all the needed documentation for the evaluation of the subject.

Further documents, articles, ... will be provided to students in each class or through the University's web page. Of course any student willing to learn more is encouraged to directly contact the professor.



**Seminars in Advanced Finance I (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)**

[PRESENTATION](#)

[PROGRAM](#)

[OBJECTIVES](#)

[EVALUATION](#)

[PREREQUISITES](#)

[METHODOLOGY](#)

[REFERENCES](#)





## PRESENTATION

---

Name of Professor: Kamil Liberadzki

Home University: Warsaw School of Economics (Poland)

Course title: Seminars in Advanced Finance I: Bonds and Hybrid Securities

Credits: 3 ECTS

Semester: Fall

Date of the course: 3rd-23rdSeptember 2013

Room: Seminar 06 (Edificio Amigos)

This is an intensive seminar which will be taught by an international professor during approximately three weeks and between 2-3 hours per day likely from 2-4 pm.

# PROGRAM

---

## 1. Introduction to fixed income securities analysis

### I.1 Classification of fixed income securities

### I.2 Pricing formulas for bills, bankers acceptances, certificates of deposits

### I.3 Bond pricing

#### I.3.1 Bond interest rates classification

##### I.3.1.1 Coupon Rate

##### I.3.1.2. Current Yield

##### I.3.1.3 Yield to Maturity

##### I.3.1.4 Zero-Coupon Rate

##### I.3.1.5 Forward Rate

#### I.3.2 Bonds quotation

### I.4 Issuers and buyers of fixed income securities

## II. Legal framework for issuing fixed income securities and bond markets

### II.1 procedure for issuing of bonds

### II.2 EU Legal framework

### II.3 Bond markets structure

## III. The term structure of interest rates - empirical characteristics and classic theories

## IV. Zero-Coupon Rate

### IV.1 Extracting the zero-coupon rate from bond prices

#### IV.1.1 Direct and indirect methods

### IV.2 Yield curve approximation models

#### IV.2.1 Polynomial splines

#### IV.2.2 Parametric models: Nelson -Siegel extended

## V. Bond risks

### V.1 Sources for bond risks

V.2 Evaluating interest rate risk: duration and convexity

VI. The Eurobonds

VI.1 Evaluation of the Eurobond market

VI.2 Structuring issues of Eurobonds. The role of financial intermediaries (investment banking)

VI.3 The ESM and the Euro zone treasury Eurobonds concept

VII. The interest rate - and credit- derivatives

VII.1 The interest rate and credit derivatives definition and classification

VII.2 Hedging bond portfolio using derivatives

VII.3 Credit derivatives and synthetic securitization

VII.3.1 Case study: securitization of the US mortgage loans

VIII Hybrid securities

VIII.1 Bonds with embedded options: callable and puttable bonds

VIII.1.1 Modeling dynamics of interest rate and pricing of callable/puttable bonds

VIII.2 Convertible bonds and callable/puttable convertibles

VIII.3 Hybrids and other capital structure securities

IX Project bonds and revenue bonds

IX.1 Revenue bonds for public investment financing

IX.2 The European Commission and European Investment Bank Project Bond Initiative

X Covered bonds

## OBJECTIVES

---

1) Definition, characteristics and classification of fixed income securities.

- Students will be able to distinguish between bonds, bills, certificates of deposits, bankers acceptances, ABSs, MBSs, CDOs., junk bonds, covered bonds, subordinated bank bonds. The legal framework for issuing these securities will be evaluated.

2) Bonds: quoting, pricing, characteristics of markets.

- Mathematical formulas for calculating bond yield, discount, and coupon. Quoting conventions; using financial calculator and excel spreadsheet ;

- OTC and regulated bond markets... Issuers of bonds: Treasury, corporate and municipal bonds. Who reports demand on bonds?

3) Term structure of interest rates.

-What determines the bond prices? Making use of interest rate term structure concept for assessing bond market developments.

4) Modelling the yield curve: static and dynamic approach.

- Arbitrage-free bond pricing techniques; fitting the yield curve to observed bond prices.

- Modelling the interest rate dynamics: pricing the securities with random payoff.

5) International bond market: the Eurobonds.

- How does the Eurobond market function?

- Procedure for and structuring bonds issues on the Euromarkets. Role of investment banks in the process of bonds issuing and creating secondary market.

- The ESM and Euro-zone countries common treasury bonds.

6) Swaps and other interest rate derivatives.

- Ability to assess different risk on bonds.

- Hedging bonds portfolio with various derivatives: swaps, futures on bonds, options.

7) Securitisation: credit derivatives and synthetic; securitisation of US mortgage loans.

- How to manage the bonds credit risk;

- Concept and structuring of securitisation;

- Synthetic securitisation as a reason for the outbreak of financial crisis in 2008;

8) Hybrid securities: convertible bonds; bonds with embedded options.

- Convertible bonds: a rationale for issuing and buying them.
- Options embedded in bonds: puttable, callable bonds: pricing, risk analysis.

9) Project bonds and revenue bonds.

- The European Commissions and European Investment Banks project bonds. How to finance large infrastructure investments?

Revenue bonds as a tool for financing public investment.



## EVALUATION

---

Test/ solving exercises



## **PREREQUISITES**

---

Basics of finance (types of financial institutions, basic financial notions as: budget deficit etc.) and basics of financial arithmetic (ex. time value of money, calculating the simple and compound interest)



## METHODOLOGY

---

- Lecture with the help of: PowerPoint slides and Mathematical dynamic presentations;
- Exercises- solving examples by the lecturer and students - the most attentive students are granted with points improving final note.
- Materials, slides and excel spreadsheets are available on the dedicated website.



## REFERENCES

---

### Bibliography:

Bertran Luis de Carlos, *Raising Capital in Europe*, Richmond 2005

Choudhry M., *Analysing & Interpreting the Yield Curve*, Wiley Finance 2004

Cripto C., *Cross-border Enforcement of Debts in the European Union*, Wolters Kluwer Law & Business 2009

Freixas X., Hartmann P, Mayer C., *European Financial Markets and Institutions*, Oxford University Press 2008

Jordan J.V, Mansi A., *Term structure estimation from on-the-run Treasuries*, Journal of Banking and Finance 27(2003)

Soto G.M., *Immunization derived from a polynomial duration vector in the Spanish bond market*, Journal of Banking & Finance 25 (2001), pp. 1037-1057

Martellini L., Priaulet P., Priaulet S., *Fixed Income Securities*, Wiley 2003

Panasar R., Boeckman P., *European securities law*, Oxford University Press 2010



## Services Marketing (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Why Services Marketing?](#)

[General Information](#)

[Objectives: Lear how to apply Marketing to Services Business](#)

[Knoledgements](#)

[Subject Assesment](#)

## Why Services Marketing?

---



Marketing applied to services is key to give value to businesses where the consumer doesn't have a tangible product to taste, use or take home. Marketing in services has both roles, **make the service differential and understand consumer expectations to satisfy and increase his loyalty**. Many factors have influenced on the culture and way of consuming services, **specially e-commerce and global markets draw a new challenging scenario for services companies** to differentiate and be relevant for customers although they are individuals or organizations.

The subject will cover how to build a **competitive advantage** in services companies with a process of classifying the activity, the environment and specially the expectations generated previous the use of the service for the customer which is key to deliver the adequate approach to increase satisfaction thus loyalty, efficiency and repetition.

The **human factor** relevant to develop a high quality service perception although the service delivered is technology based. Human Management policies and satisfaction rates of the employees is the foundation of a marketing service strategy, the "moments of truth" where the customer builds an idea of satisfaction are finally managed by employees that must be well recruited, trained and satisfied following the theory of "loyal employees generate loyal customers". How to do it?

The subject will introduce knowledge about how to **gain and recover customer satisfaction in services businesses** thus LOYALTY in markets where consumers have the power to decide, to talk through social media and to build or destroy services brands.



## General Information

---

**Professor:** Pedro Mir (Marketing Manager Danone Group)

**Email:** [pedro.mir@unav.es](mailto:pedro.mir@unav.es)

**Course:** First Semester Business Administration (Optional for Economics Students)

**School of Business and Economics Faculty Department:** Business

**Language :** English

**Timing:** Four Months



Universidad  
de Navarra

Pedro Mir  
Profesor Asociado  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Tel. 948 425 600 – Fax 948 42 56 26  
[www.unav.es/economia/](http://www.unav.es/economia/) - [pmir@unav.es](mailto:pmir@unav.es)

## **Objectives: Lear how to apply Marketing to Services Business**

---

Marketing is key to understand **services strategies in current economies** where services are dominant in a externalized and outsourced production environment with the emerging economies like the BRIKs countries and their specialization on outsourcing.

**The subject will cover both theory and practical business cases** to understand how to approach the consumer in a SERVICE delivered by a company, how the technology can be used to improve the quality perceived, and how to manage the strategy of the intangible variables of the services to increase customers loyalty. Connected markets and online commerce and services enhance the need to understand the marketing of services and of how consumers choose and evaluate services, how consumers judge goods versus services and how to explore the implications of service failure

**CASE: "CUSTOMER LOYALTY SCHEMES in the Retail Sector" IESE Busienss Case**

**CASE: "TRIPADVISOR" IESE BusinessCase**

## Knoledgements

---

- What services are and **identify important trends** in services.
- The subject will provide a **solid basis for understanding what influences customer perceptions** of service and the relationships among customer satisfaction, service quality and individual service encounters.
- Outline the basic **differences between goods and services** and the resulting challenges and opportunities for service businesses.
- Understand how differences among consumers (**cultural differences, group decision-making**) affect consumer behavior and influence services marketing strategies.
- Students will learn with active learning with **case method** will be applied to immerse students into real situations of real services and brands. Multimedia cases will be used to understand how the marketing foundations are built and how companies build relationships with their customers.
- Students will share experiences in class with top management marketing executives from multinational services companies from different sectors like internet, airlines, restaurants or insurances. (Yahoo, Vueling, Pronovias, Axa Insurances...)
- Define consumer behavior diagnosis in services and how to manage service quality perception using methods like customer complaint systems, protocols and mystery shopper techniques.

## Subject Assessment

---

Students involvement in class participation is a must to pass the subject. .

-Class Participation and Business Cases

-Midterm

-Final Exam

**Class participation** is KEY to pass the subject, students must contribute to the class with their opinions about the topic or learning objective to enrich the discussions.



## Valoración de Empresas (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Objetivos](#)

[Programa](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)

[Asesoramiento](#)



## Presentación

---

Facultad: Ciencias Económica y Empresariales

Titulación: LADE, Doble (Lade+Derecho), IDM

Número de Créditos: 6 ectS

Idiomas: Castellano

Profesor:

Antonio Aparicio Alonso ([aparicioalonso@gmail.com](mailto:aparicioalonso@gmail.com)) :60 años, Ingeniero de Caminos, MBA IESE Barcelona,.Trabajó 7 años en JPMorgan, Madrid y New York, y 14 años en Banco Santander en temas relacionados con Inversiones, Desinversiones, Accionistas, Emisión de acciones y de obligaciones.

Ayudante: TBD



## Objetivos

---

Estudio de las principales técnicas de valoración de empresas y su aplicación a casos prácticos.

## Programa

---

Tema 1: El valor de la empresa, el valor de las acciones: ¿Absoluto o relativo? ¿En el tiempo?

Oportunidades de inversión o ahorro

Necesidades de crecimiento o solvencia

Medio de remuneración

Medio de pago. Oportunidad o amenaza

Tema 2: La realidad económica versus la contabilidad.

Otras fuentes de información. La diseminación de la información: El accionista versus los competidores.

Tema 3: Los analistas: Sell side, Buy side.

Renta variable. Renta fija. Agencias de Rating.

Tema 4: Instrumentos básicos necesarios. La contabilidad financiera (nociones de consolidación) Las matemáticas financieras. El vocabulario. Valoración de obligaciones. El sentido común.

Tema 5: ¿Cuánto tiempo tiene el inversor?

Price to book, Price to Earnings

Tendencias bursátiles o análisis fundamental.

Tema 6: Patrimonio Neto. Múltiplos de mercado. Múltiplos de beneficio. Factores que influyen.

Tema 7: Los flujos de caja. Distintos tipos. Cómo preverlos. El valor residual

Tema 8: El coste de capital. La retribución al accionista. La creación de valor para el accionista.

Tema 9: El CAPM. La beta. Apalancada o desapalancada.

Tema 10: La prima de riesgo

Tema 11: Las convertibles, las preferentes, las perpetuas, los warrants.

Otros instrumentos.

Tema 12: Fusiones y adquisiciones. Las OPVs, las OPAs



## Evaluación

---

- **Se controlara la asistencia a clase.**

- **para los alumnos que asistan al 80% de las clases y entreguen semanalmente las respuestas a los casos:**

- Trabajo en equipo de tres: 20%
- Entrega semanal y participación en clase: 30%
- Examen final: 50%

O la nota del método de evaluación de los otros alumnos si fuera mayor.

- **para los alumnos que no asistan al 80% de las clases o no entreguen semanalmente las respuestas a los casos:**

- Trabajo en equipo de tres: 20%
- Entrega semanal y participación en clase: 10%
- Examen final: 70%

## Bibliografía

---

- Valoración de empresas. Pablo Fernández, 2001, Ed. Gestión 2000
- Investment Valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset. Aswath Damodaran, 1996. Ed. Gestión 2000
- Manual de Fusiones y Adquisiciones de Empresas. Juan Macareñas, 1996. Ed. Mc Graz Hill



## Asesoramiento

---

Miércoles: 16h30-18h

Jueves: 14h45-17h30

Despacho (0490) Edificio Económicas



## Análisis Económico de Industrias (F.ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Programa](#)

[Objetivos](#)

[Evaluación](#)

[Enlaces](#)

[Distribución del tiempo](#)

## Presentación

---

### Descripción de la asignatura

En esta asignatura se estudiarán varias industrias desde el punto de vista de el comportamiento estratégico de las empresas. El propósito principal de este curso es describir la historia económica reciente de ese conjunto de industrias y sectores. Sin embargo, hay una primera parte dedicada a teoría y terminología básica. Las industrias se describen bajo el prisma de la economía industrial: estructura, fusiones, discriminación de precios, colusión, conducta predatoria, publicidad, discriminación de precios, diferenciación del producto, I+D, ventajas y desventajas de la intervención del gobierno, etc.

Esta asignatura no es instrumental, sino final. Es decir, se trata de una asignatura práctica. No se pretende definir un marco teórico, sino de aplicarlo a industrias reales.

La asignatura se imparte en castellano, pero hace falta manejar bibliografía en inglés. Los alumnos deberán hacer presentaciones sobre las industrias. Si algún alumno se encuentra más cómodo con el inglés, su presentación podrá ser en esa lengua. Como los exámenes son tipo test, no es necesario escribir en castellano.

### Datos generales

- Asignatura optativa de 6 ECTS (150-180h)
- 4º curso, segundo semestre

**Profesor:** Francisco Galera Peral ([fgalera@unav.es](mailto:fgalera@unav.es)). Despacho 3030, en la Torre. Edificio de Económicas.

**Horario de atención a alumnos:** Se dirá en su momento

---

**Grado:** Economía y Administración y Dirección de Empresas.

**Departamento:** Economía.

**Facultad:** Ciencias Económicas y Empresariales.



## Programa

---

Esta asignatura tiene una primera parte teórica (33% de las clases), con los conceptos que se indican en la columna de la izquierda. La parte práctica (67% de las clases) consiste en el análisis de las industrias listadas en la columna de la derecha.

### Teoría

1. El esquema S-C-P
2. Demanda
3. Eficiencia
4. Empresa
5. Costes
6. Competencia
7. Monopolio
8. Competencia monopolística
9. Regulación del mercado
10. Información imperfecta
11. Oligopolio
12. Definición del mercado
13. Estructura de mercado
14. Índices de concentración
15. Entrada y bienestar
16. Fusiones y adquisiciones
17. Colusión
18. Cáteles
19. Disuasión de la entrada
20. Diferenciación de productos
21. Discriminación de precios
22. Publicidad
23. Prácticas verticales
24. Investigación y desarrollo
25. Redes y compatibilidad

### Industrias

1. Agricultura
2. Vivienda y construcción
3. Distribución de agua
4. Ropa
5. Acero
6. *Software* y ordenadores
7. Tabaco
8. Coches
9. Cerveza
10. Gas natural
11. Petróleo
12. Electricidad
13. Transporte aéreo
14. Transporte por carretera
15. Ferrocarriles
16. Telecomunicaciones
17. Servicios postales
18. Medios de difusión
19. Bancos
20. Seguros
21. Servicios profesionales
22. Distribución comercial
23. Sanidad
24. Farmacia
25. Cine
26. Música
27. Deportes

### Bibliografía

Esta asignatura es más práctica que teórica, por lo que no se seguirá ningún texto determinado. Hay unos apuntes de la asignatura para los conceptos básicos. Los siguientes libros pueden ser útiles.

1. Cabral, L., *Introduction to Industrial Organization*, MIT Press, 2000.
2. Carlton D. & Perloff, J, *Modern Industrial Organization*, 2nd Ed. HarperCollins College Publishers, 1994, o 3rd Ed., Addison-Wesley, 2000. Las dos ediciones son válidas. Hay pocos cambios, y no afectan a la asignatura, de una edición a la otra.
3. Cabral, L., *Economía Industrial*, McGraw-Hill, 1994.
4. Scherer, F.M., *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 3rd. Ed., Houghton Mifflin, 1990.
5. Viscusi, W. K., John M. Vernon, Joseph E. Harrington, *Economics of Regulation and Antitrust*, Heath 1992, o, la segunda edición, MIT Press, 1996.



6. Scherer, F.M., *Industry structure, strategy, and public policy*, Harper Collins, 1996.
7. Adams, W. & J. W. Brock, eds., *The structure of American industry*, Prentice Hall, 2001.
8. Duetsch, L.L., ed., *Industry studies*, Sharpe, 1998.
9. Kwoka, J.E., y White, L.J., *The Antitrust Revolution*, 1-5 Ed., Oxford University Press, 2008.
10. Para la documentación adicional vea la página de Enlaces.

## Objetivos

---

### *Conocimientos*

#### **El alumno debe**

1. Manejar los conceptos propios de la economía industrial aplicándolos a casos concretos.
2. Conocer lo suficiente las industrias que se estudian para dar una buena descripción de sus características principales.

### *Habilidades y aptitudes*

#### **El alumno debe ser capaz de**

1. Buscar y procesar información sobre aspectos económicos de industrias.
2. Colaborar con otros para elaborar informes precisos sobre industrias.
3. Hacer una presentación clara sobre una industria ante el público.
4. Defender sus opiniones sobre las industrias ante las críticas de otras personas.
5. Criticar las opiniones de los demás con razones sólidas.

### *El alumno demostrará estos conocimientos y habilidades mediante*

1. Un examen escrito sobre los conceptos propios de la economía industrial.
2. Reuniones con el profesor para elaborar los informes y la presentación de las industrias.
3. Informes escritos sobre puntos determinados de alguna(s) industria(s).
4. Una exposición en público sobre industrias concretas.
5. Un examen escrito sobre los aspectos más relevantes de las industrias.

### **Las competencias propias del título que se desarrollan en esta asignatura son:**

1. Desarrollar el razonamiento lógico.
2. Ejercitar la capacidad de comunicación oral.
3. Mejorar la capacidad de trabajo en equipo.
4. Fomentar la capacidad crítica.

## Evaluación

---

La nota consta de tres elementos:

1. **Examen final.** Cuenta un 40%. Las preguntas, tipo test, serán sobre las industrias que se vean en clase.
2. **Trabajo personal.** Cuenta un 20%. Se trata de **estudiar** la documentación de las industrias que le correspondan, y **aportar** nuevos aspectos sobre esa industria, mediante un trabajo escrito.
3. **Presentación en clase.** Tiene un porcentaje del 20%. Es importante, además de **estudiar** el material, **tener reuniones** con el profesor para preparar la **exposición en clase** de las industrias que le correspondan.
4. **Examen parcial.** Es un examen teórico, y cuenta sólo un 20%, pero hay que obtener una nota superior a 6 para aprobar la asignatura.

La asistencia a clase es necesaria para esta asignatura. Para recuperar las ausencias no justificadas el alumno deberá realizar trabajos adicionales; en concreto, cada cuatro ausencias no justificadas llevan a un trabajo adicional sobre un documento que se le proporcionará al alumno.

En las primeras clases, y dependiendo del número de alumnos que haya en la asignatura, se irán asignando las industrias y los trabajos.

## Enlaces

---

### *EN CONSTRUCCIÓN CONTENIDOS PROVISIONALES*

- [Estudios sobre la competencia en la OCDE](#)
- [Estudios sobre la competencia en la UE](#)
- [Documento de la OCDE para evaluación de la competencia \(en castellano\)](#)
- [Página web de la UNCTAD sobre diversos productos \(en inglés, francés y castellano\)](#)
- [Comisión Nacional de la competencia](#)
- [Información en castellano sobre la política de competencia en Europa](#)
- [glosario de términos \(en inglés\).](#)



## Distribución del tiempo

---

Esta distribución del tiempo es la estimación que hago sin tener muchas referencias, al ser una asignatura nueva. Con la experiencia se ira ajustando más a la realidad.

- Clases: 45 horas
- Estudio para el parcial 20 horas (una hora y media por clase)
- Estudio para el final 40 horas (una hora y media por industria)
- Trabajo: 35 horas (lectura del material, elaboración y correcciones)
- Presentación en clase: 10 horas (incluye las reuniones con el profesor)



## Applied Marketing (F.Económicas) (2013-2014)

[Applied Marketing](#)

[Introduction:](#)

[Relevant Information:](#)

[Goals:](#)

[Skills and Capabilities:](#)

[Methodology:](#)

[Model:](#)

[Bibliography](#)

[Final Assesment](#)



## Applied Marketing

---







## Introduction:

---

Decision-making in the marketing field is based on **observation and prediction of consumers and markets**. In advanced courses it is important to put into practise the dynamic of marketing: understand forces that intervene in the decision making process by behaviour of the consumer, what that implies for the company, for the corporative strategy and costs of carrying out a specific action or another. Decision-making is linked to the previous study of the sample, the analysis of the variables and the subsequent study of the factors that intervene in **building a Marketing Plan**.

## Relevant Information:

---

**Target Audience:** Senior students with professional preference for the area of Marketing.

**Course:** 4º/6º IDE - IDM - GML - GEL

**Calendar and timetable:** To be defined

**Type of subject:** Elective Seminar (Recommended for Marketing itinerary)

**Department:** Department of Business and Economics Department

**Language:** Spanish / English

**Faculty:** (TBC) Faculty of Economics and Business

**Timing:** March - April 2013- 2014

## Goals:

---

- Understanding **decision-making** in the field of marketing through practical exercises.
- Know the processes of database analysis, panel data and quantitative analysis of the **variables of a market or consumer groups**.
- Analyze, study and **predict consumer behaviour** through observed data.
- Learn to **analyze data, classify, debug and understand a database** to understand consumer variables that may affect the company.
- Train the student for the practise of applied marketing with **real business examples and the record of behavioural variables**.
- Understanding the **behaviour prediction models to design an appropriate marketing strategy** and organizational and financial impact on the company.
- Discover the tools and programs that help decision-making: [www.stata.com](http://www.stata.com).
- Exercise the **communication of results** of statistical analysis in **business and management language** for the development of a **MARKETING PLAN**.
- Introduction to DATA MINING, Customer Relationship Management and data processing.

## **Skills and Capabilities:**

---

### **Skills and abilities:**

- Analysis and critical thinking
- Strategic synthesis
- Decision making ability
- Team work
- Communication and public speaking

### **Specific Skills**

- Marketin decision making
- Information management and synthesis for decision making
- Recommend decisions
- Understand the advantages and limitations of modelling economic variables.
- Understand and use appropriate statistical tools in the analysis of marketing



## Methodology:

---

Students will be trained in the philosophy of Customer Relationship Management and especially the modern tools of data mining. Various topics in the resolution of business problems are taught. Topics will be introduced through discussion of case studies. Students will also be able to learn and use Stata

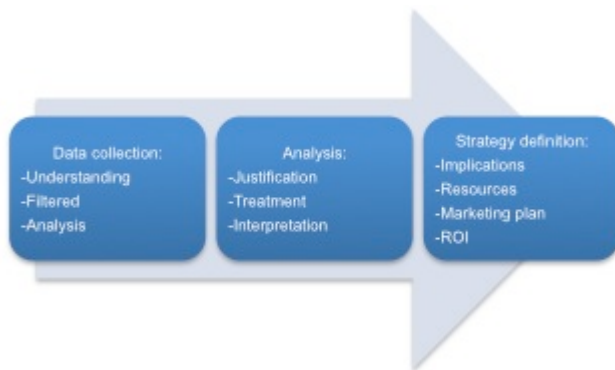
*Mobi-Tel: the unfaithful client: Do we give an iPhone? Database work of telephone companies*

*Marketing Campaign: effective e-mailing for an NGO?*



## Model:

---





## Bibliography

---

Berthold, M. and Hand, D. (1999) Intelligent Data Analysis. Springer-Verlag.

Berry, M. and Linoff, G. (2000). Mastering Data Mining. John Wiley and Sons.

Hastie, Tibshirani, and Friedman (2001). The Elements of Statistical Learning. Springer Verlag.

Mena, J. (1999). Data Mining Your Website. Digital Press

## **Final Assesment**

---

### **Requirements to pass the subject:**

To pass the course, students must successfully meet the following conditions:

1. Attend at least 85% of theoretical and practical classes.
2. Present practices and / or problems assigned.
3. Working on a project that will be assigned during the course.
4. Present the project and conclusions orally and in writing at the end of the course. It is required to pass the project in order to pass the course.

### **Final grade:**

The final grade will be calculated as a balanced average with the following percentages

Attendance: 5%

Class participation: 10%

Assigned tasks: 50%

Final project: 35%





## Business Communication 2 (F. Económicas) (2013-2014)

[Presentation](#)

[Skills](#)

[Evaluation](#)

[Programme](#)

[Bibliography](#)

[Professors's attention](#)

[Timeline](#)

## Presentation

---

Business Communication II: 6 ECTS

Grado en Administración y Dirección de Empresas 2009. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

2<sup>st</sup> semester. Optativa.

Professors: Xavier Oliver: [xoliver@unav.es](mailto:xoliver@unav.es) (responsible)

Mónica Recalde: [mrecaldev@unav.es](mailto:mrecaldev@unav.es)

Tuesday: 18-19,30 h. Room 7. Wensday: 9-10,30 h. Room 7

**Business communication II.** Gives students a thorough grasp of the principles involved in business communication. It makes them familiar with the most usual formats and genres through which spoken and written communication is carried out in the business context. Finally, Business Communication gives them practice in the essential areas of: presentation, intercultural communication, marketing and crisis communication.



## Skills

---

### General Skills

- Oral communication
- Ability to work in team
- Encourage innovation and leadership capabilities
- English: skills in written and oral presentations in English.

### Specific skills

- Develop objectives, strategies and projects in the field of marketing
- Develop case studies
- Ability to consider and respond to relevant questions about issues related to business administration with an overview of the knowledge acquired.

## Evaluation

---

Convocatoria ordinaria:

- Leadership communication (Xavier Oliver): 70% (Participation in class: 35%, individual exercises: 35%)
- Workshops (Mónica Recalde): 30% (Presentation task: 20%, participation in class: 10%)

Convocatoria extraordinaria

- In case of failing the course: final exam 100%

## Programme

---

1. Presentation
2. Who does a company communicate with? Identification of stakeholder groups: customers/clients; employees; investors and normative entities; interest groups and general public. What different media, genres and styles are used.
3. Workshop 1: Oral communication. Personal Brand
4. Workshop 2: Oral communication. Group presentation
5. Workshop 3. Oral communication. Non verbal communication
6. Luxury brands,
7. Low cost brands
8. Cult brands
9. Crisis communication
10. Negotiation
11. Reputation



## Bibliography

---

Locker, O. et al. (2004). Business Communication. Building Critical Skills. McGraw-Hill

Thill, J.V. and Bovée, C.L. (1999). Excellence in Business Communication. Prentice-Hall

Ober, S. (1992). Contemporary Business Communication. Houghton Mifflin Company.



## **Professors's attention**

---

Friday 9-11 h (previously ask by email). Office: 2210.

## Timeline

---

7-8 January. Presentation

14-15 January. Who does a company communicate with? Identification of stakeholder groups

21-22 January. Luxury brands,

28-29 January. Luxury brands,

4-5 February. Low cost brands

11-12 February. Cult brands

18-19 February. Cult brands

25-26 February. Crisis communication

4-5 March. Workshop 1. Personal Brand

11-12 March. Negotiation

18-19 March. Negotiation

25-26 March. Reputation

1-2 April. Reputation

8-9 April. Workshop 2. Group presentations

15 April. Business case

29 April Workshop 3. Non verbal communication





## Business Case Analysis (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Description](#)

[Introduction](#)

[Objectives](#)

[Methodology](#)

[Evaluation](#)

[Bibliography](#)

[Schedule](#)

[Assesment](#)

## Description

---



The objective of this course is to provide the student with a thorough understanding of how to analyze business cases, and how to effectively present their analysis. Emphasis will be placed on oral presentation of case analysis and recommendations. Students will participate in a time-limited case preparation and presentation format.

- School of Economics and Business
- Elective course. 3 ECTS
- Spring semester
- Thursdays, 12:00 to 14:00. Room 04
- Language: English
- Instructor: José Luis de Cea-Naharro (jlcea@unav.es)

[VIDEO CASE  
COMPETITIONS](#)

## Introduction

---

The objective of this course is to provide the student with a thorough understanding of how to analyze business cases, and how to effectively present their analysis. Emphasis will be placed on oral presentation of case analysis and recommendations. Students will participate in a time-limited case preparation and presentation format.

The aim of the course is to develop students skill in solving case studies from real business in teams and improve their presentation skills. This course will give the students fundamental knowledge, skills and practice in preparing and presenting case studies for classes and the real world (and possibly case competitions). This course will explore ways that can better prepare the students for case studies including professor coaching, preparation and presentation feedback, debating, persuasive communications and cross-discipline work. Students will acquire presentation, leadership, team building, analytical and logical thinking skills.

Participation and attendance are absolutely necessary for this course to be a success. Learning from others and providing feedback are crucial learning elements. Participation does not simply mean speaking. Quality as opposed to quantity has to be stressed here. Contributing valuable insights and experiences, providing direct feedback, making strong recommendations and asking high-gain questions all constitute high-quality participation.

To participate in this course, you are not required to compete in a case competition, however, students are certainly encouraged to.

Vancouver. [International Finance Case Competition Simon Fraser University](#)

Singapore. [APEX Singapore Management University](#)

Montreal. [John Molson Undergraduate Case Competition](#)

## Objectives

---

### General competences

1. Analytical and logical thinking
2. Conflict management
3. Teamwork
4. Presentation and communication
5. Criticism and Self-criticism
6. Decision making

### Specific competences

1. Capacity to identify the critic issues in a business case.
2. Capacity to identify different alternatives to solve the problems identify, and to present a solid and feasible proposal.
3. Capacity to reach a consensus in a team and to elaborate a joint proposal.
4. Capacity to elaborate and present in public a proposal, under time pressure.

### Learning outcomes

1. Learn how to analyse a case study.
2. Practice working in a team within a discipline and/or across disciplines.
3. Be able to apply different concepts, theories and models when and where appropriate.
4. Be able to clearly present the case study analysis findings in front of a panel of judges.
5. Respond appropriately to questions from an audience and a panel of judges.

## Methodology

---

The above mentioned objectives will be met through a mixture of lecture, case analysis, and class discussion.

The first day of class is the only planned lecture. Case analysis methods and presentation skills will be discussed as well as the specific rules of case competitions.

Thereafter, the general principles will be hammered home and refined through a series of practice sessions:

- » Students will be grouped in teams of 4 members. Each team will make at least 3 in class presentations of cases. They will be expected, on the honour system, to spend no more than 3 hours preparing a power point presentation of the assigned case and make a 12 minute presentation to the rest of the class.
- » Three other teams will be assigned as jury for each session and they will have the prime responsibility for rebuttal of each case, along with the instructor (see presentation feedback sheet).
- » Everybody is expected to have read all the assigned cases prior to class so that everyone is capable of making a positive contribution. Students other than presenters will prepare an executive summary prior to class (see case recap sheet) and will be able to give feedback to the teams presenting.

## **Evaluation**

---

There will be no final exam.

**Presentation 70%**

**Participation 15%**

**Attendance 5%**

**Professor's evaluation 10%**

Due to this evaluation system, outgoing students on exchange or in the IESE Program will not be able to take this course.

### **EXAMS SPECIAL SESSION**

Those students that fail the course in the regular session will have to take an exam in June. They will have to solve a business case individually, and it will count 70% of the final grade. The other 30% will be the work done during the regular session.

## **Bibliography**

---

### **REQUIRED READINGS**

Compilation of business cases

### **RECOMMENDED READINGS**

In the Line of Fire - How to Handle Tough Questions When It Counts. Weissman, Jerry. Pearson Prentice Hall.

The Case Study Handbook. Ellet, William. Harvard Business School Press.

Beyond bullet point. Atkinson, Cliff. Microsoft Press, 2008.

Slideology. Duarte, Nancy. OReilly Media, 2008.

## Schedule

---

SESSION CASE PRESENTING JURY

JAN 10 INTRODUCTION

JAN 17 1 G1 - G2 - G3 G4

JAN 24 2 G4 - G5 - G6 G2

JAN 31 3 G2 - G3 - G4 G5

FEB 7 4 G5 - G6 - G2 G3

FEB 14 5 G3 - G4 - G5 G6

FEB 21 COMPETITION

FEB 28 6 G6 - G2 - G3 G4

MAR 7 7 G4 - G5 - G6 G2

MAR 21 8 G2 - G3 - G4 G5

APR 11 9 G5 - G6 - G2 G3

APR 18 10 G3 - G4 - G5 G6

APR 25 11 G6 - G2 - G3 G4





## Assesment

---

José Luis de Cea-Naharro. jlcea@unav.es

- Thursdays, from 16:00 to 17:00.
- Ground floor. School of Economics & Business
- Make an appointment in advance by mail



## Consolidación Contable (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTACIÓN](#)

[OBJETIVOS](#)

[COMPETENCIAS](#)

[PROGRAMA](#)

[CRITERIOS DE EVALUACIÓN](#)

[BIBLIOGRAFÍA](#)



## PRESENTACIÓN

---

- **Nombre de la asignatura:**CONSOLIDACIÓN CONTABLE
- **Facultad:**CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
- **Departamento:**EMPRESA
- **Titulación:**GRADOS ADE y ECO
- **Curso:**TERCERO
- **Duración (trimestral, anual):**TRIMESTRAL
- **Número de ECTS:**6
- **Requisitos (haber cursado):**NINGUNO
- **Tipo de asignatura (troncal, obligatoria, optativa, etc.):**OPTATIVA
- **Idioma en que se imparte:**ESPAÑOL

## OBJETIVOS

---

El objetivo de las cuentas anuales es mostrar la imagen fiel del patrimonio de la situación financiera y de los resultados de la empresa, como medio para que la información financiera suministrada sea comprensible y útil para los usuarios al tomar sus decisiones económicas.

En la práctica, desde antiguo, ha sido habitual que las empresas de cierto tamaño adopten una estructura u organización legal integrada por una pléyade de sociedades con personalidad jurídica independiente sometidas, en consecuencia, a informar individualmente de su actividad sin perjuicio de que sus políticas financieras y de explotación fuesen dirigidas por la sociedad dominante del grupo que conforman.

Los condicionantes económicos que han llevado a esta situación de hecho son diversos. En primer lugar, aspectos organizativos que hacen aconsejable agrupar los diferentes negocios que desarrolla la empresa en una sola sociedad cuando se opera en diferentes ámbitos geográficos, o alternativamente aglutinar cada negocio o rama de actividad en una sociedad, independientemente del lugar en el que aquella se desarrolle. Junto a ellos, no es menos cierto que aspectos de índole legal, mercantil y fiscal, fundamentalmente, son los que han potenciado la proliferación de entramados societarios que extienden su presencia más allá de nuestras fronteras.

A la vista de este panorama, es evidente que las cuentas anuales de cada una de las sociedades que integran el grupo adolecen de falta de relevancia si el objetivo perseguido por el usuario de la información financiera es conocer la imagen fiel de estas empresas. Por ello, desde antiguo, es unánime la opinión que considera las cuentas que integran los activos netos y los ingresos y gastos de todas estas sociedades, como las únicas que permiten conocer la verdadera imagen fiel de la empresa que conforman.

La asignatura Consolidación contable de estados financieros se programa con el objetivo de ofrecer a los alumnos una visión completa de la regulación contable en nuestro país, complemento imprescindible del Plan General de Contabilidad para tener un conocimiento sobre el conjunto de las disposiciones legales en la materia.

En este punto es preciso advertir que si bien en el entorno de la pequeña empresa pudiera ser suficiente para los futuros profesionales en la materia el aprendizaje del citado Plan, o incluso del Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas, no es menos cierto que cuando la actividad económica que desarrolla la sociedad adquiere cierta dimensión, se generaliza la presencia de la pluralidad de unidades jurídicas descrita, aflorando con ello la oportunidad de dominar la técnica de la consolidación contable para conocer la situación económico-financiera del grupo, e incluso su necesidad ante los requerimientos de la propia normativa sobre operaciones de reestructuración empresarial en cuentas individuales (aportaciones no dinerarias de ramas de actividad o contratos de fusión o escisión).

Adicionalmente, sin abandonar el marco de las cuentas individuales, también es menester resaltar la importancia de la asignatura como herramienta imprescindible para poder hacer uso de la opción de tributación consolidada prevista en el texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, beneficiándose así la empresa del diferimiento en el pago de los impuestos sobre la renta que hubieran generado las sociedades del grupo en las transacciones internas pendientes de realizar frente a terceros, y que en aplicación del régimen general determinaría un ingreso en la Hacienda Pública.

Tal y como se ha indicado, la finalidad de la asignatura es incidir en el estudio del régimen legal en materia de consolidación de estados financieros. La Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social, introdujo en el ordenamiento jurídico español en materia de formulación de cuentas anuales consolidadas el que se ha venido a llamar modelo dual contable. A partir de ese momento, y con efectos desde el 1 de enero de 2005, el artículo 43.bis del Código de Comercio delimita con claridad el respectivo ámbito de aplicación de los dos marcos de información financiera consolidada que

conviven en España, tomando como referente común el escenario jurídico delimitado por las Directivas contables, en particular, por la Séptima Directiva 83/349/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1983, relativa a las cuentas consolidadas. Estos marcos de información financiera son:

- Las normas internacionales de contabilidad adoptadas por la Unión Europea, de producción o fuente externa, auténtico Derecho comunitario derivado para los grupos españoles que integren sociedades cuyos valores estén admitidos a negociación en un mercado regulado de cualquier Estado miembro, aprobadas por sucesivos Reglamentos de la Comisión Europea desde el año 2003, y
- un segundo conjunto de normas, de producción interna, incluidas en los artículos 42 y siguientes del Código de Comercio y desarrolladas reglamentariamente a través del Real Decreto 1815/1991, de 20 de diciembre, recientemente derogado y sustituido por el Real Decreto 1159/2010, de 17 de septiembre.

Junto a la regla general, en este segundo grupo también deben incluirse las adaptaciones sectoriales en materia de consolidación del sector financiero; entidades de crédito, aseguradoras, empresas de servicios de inversión, sociedades gestoras de instituciones de inversión colectiva y sociedades gestoras de entidades de capital riesgo.

A la vista de este panorama, sin perjuicio de que en las clases presenciales de la asignatura el tronco común del análisis lo constituirán las Normas para la Formulación de las Cuentas Anuales Consolidadas, en paralelo, se introducirá el estudio de las citadas Normas internacionales relacionadas con la consolidación en sentido estricto con el objetivo de que al final del curso los alumnos tengan una visión completa del escenario normativo en el que tendrán que desarrollar su actividad profesional.

La opción elegida de seguir las normas de producción interna no supone otorgarles una mayor relevancia, sustrayendo al alumno de la posibilidad de conocer las internacionales. Lejos de esta idea, las normas españolas que desarrollan el Código de Comercio en la materia, armonizadas con las internacionales en virtud de la última reforma aprobada en nuestro país en el año 2010, constituyen un marco idóneo para acercarse a la técnica de la consolidación, por la propia sistemática seguida por el regulador interno desarrollando de forma pormenorizada aspectos que a nivel internacional se resuelven con la enunciación de un solo principio. En este sentido pueden citarse como ejemplos la regulación de la eliminación inversión-patrimonio neto en supuestos de dominios complejos (relaciones recíprocas o circulares), el tratamiento de la consolidación posterior, aumentos y disminuciones en el porcentaje de participación, o el de la eliminación de resultados por operaciones internas.

Como ya viene siendo habitual en todas las asignaturas impartidas en la Universidad, el método de enseñanza compaginará las clases presenciales, en las que junto a la exposición teórica se incidirá en la participación de los alumnos en el debate, con el trabajo que se desarrolle fuera de las aulas mediante la elaboración y seguimiento de trabajos concretos.

Para concluir esta presentación solo resta animar a los estudiantes a incluir en su itinerario de estudio esta materia, en el convencimiento de que con ella complementarán su formación contable reforzando con ello su capacidad para enfrentarse en las mejores condiciones posibles a su futuro profesional.

## COMPETENCIAS

---

### Competencias del título:

1. Desarrollo del razonamiento lógico.
2. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
3. Motivación y superación.
4. Sentido de la responsabilidad y del esfuerzo.
5. Capacidad crítica y autocrítica.
6. Planificación de tareas y gestión del tiempo.
7. Capacidad de aprendizaje autónomo.
8. Iniciación en técnicas de investigación básica, así como la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.

### Competencias de la asignatura:

1. Compromiso ético en la divulgación de información financiera
2. Conocer en profundidad la normativa de consolidación contable.
3. Saber relacionarlo con la normativa internacional del IASB.
4. Analizar e interpretar casos reales donde no existe regulación específica.
5. Obtener un conocimiento teórico-práctico de la regulación contable.
6. Desarrollar casos prácticos reales.
7. Elaborar informes profesionales sobre temas contables sujetos a interpretación.
8. Fundamentar en la memoria de las cuentas anuales una solución contable.

# PROGRAMA

---

## PROGRAMA

### INTRODUCCIÓN

1. El objetivo de la consolidación de estados financieros.
2. El modelo dual español.

### I. SUJETOS DE LA CONSOLIDACIÓN

1. El grupo de sociedades: sociedad dominante y dependiente.
2. Otras sociedades que intervienen en la consolidación: sociedades multigrupo y asociadas.

### II. OBLIGACIÓN DE CONSOLIDAR, MÉTODOS DE CONSOLIDACIÓN Y PROCEDIMIENTO DE PUESTA EN EQUIVALENCIA

1. La obligación de consolidar y los supuestos de dispensa.
2. Métodos de consolidación.
3. Procedimiento de puesta en equivalencia.
4. Inversiones en sociedades mantenidas para la venta.

### III. MÉTODO DE INTEGRACIÓN GLOBAL

1. Descripción del método y homogeneizaciones previas: temporal, valorativa, por operaciones internas y para realizar la agregación.
2. Agregación y eliminaciones.
  - a) Eliminación inversión-patrimonio neto.
  - b) Método de adquisición.
  - c) Participación de socios externos.
  - d) Eliminación inversión-patrimonio neto en consolidaciones posteriores.
  - e) Pérdida de control de la sociedad dependiente.
  - f) Socios externos en consolidaciones posteriores.
  - g) Método de adquisición: adquisiciones inversas y obtención del control sin transferir contraprestación.
  - h) Método de adquisición: casos particulares.
  - i) Excepciones al método de adquisición.

j) Eliminación de partidas intragrupo y resultados.

#### IV. MÉTODO DE INTEGRACIÓN PROPORCIONAL Y PROCEDIMIENTO DE PUESTA EN EQUIVALENCIA

1. Método de integración proporcional.
2. Procedimiento de puesta en equivalencia.
3. Pérdida de la condición de sociedad asociada o multigrupo.

#### V. OTRAS NORMAS APLICABLES A LA CONSOLIDACIÓN

1. Conversión de cuentas anuales en moneda extranjera.
2. Impuesto sobre beneficios: la consolidación contable y fiscal del impuesto sobre sociedades.

#### VI. LOS MODELOS DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

1. Los documentos que integran las cuentas anuales consolidadas y las normas de elaboración.
2. Los modelos de presentación.





## CRITERIOS DE EVALUACIÓN

---

La calificación final de los alumnos se obtendrá por agregación de los siguientes conceptos:

- Examen final de toda la materia: 60% de la nota.
- Participación + asistencia a las sesiones presenciales: 10% de la nota.
- Ejercicios individuales: 20% de la nota.
- Trabajo en grupo: 10% de la nota.

Este criterio de evaluación puede verse modificado en función del total de alumnos matriculados en la asignatura, cuyo dato se conocerá de forma definitiva la segunda semana de curso.

## BIBLIOGRAFÍA

---

### RELACIONADA CON LAS NORMAS DE CONSOLIDACIÓN APROBADAS POR EL REAL DECRETO 1159/2010, DE 17 DE SEPTIEMBRE

Real Decreto 1159/2010, de 17 de septiembre, por el que se aprueban las Normas para la Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas y se modifica el Plan General de Contabilidad aprobado por Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre y el Plan General de Contabilidad de Pequeñas y Medianas Empresas aprobado por Real Decreto 1515/2007, de 16 de noviembre.

BASCONES RAMOS, JUAN MIGUEL. (2011). *El método de integración global: artículos 33 a 36 del Real Decreto 1159/2010*. Revista de Contabilidad y Tributación nº 335, febrero 2011. Centro de Estudios Financieros.

BONED, JOSÉ LUIS. ANGLA, JESÚS JOSÉ. (2011). *Consolidación de estados financieros*. PROFIT EDITORIAL.

CÓNDOR LÓPEZ, VICENTE. (2011). *Cuentas consolidadas: principales novedades de las NOFCAC*. Partida Doble, nº 229. Editorial Wolters Kluwer España.

DOMÍNGUEZ PEÑA, JAVIER (2011). *Método de integración proporcional I: definición y criterios aplicables (XI)*. Revista de Contabilidad y tributación nº 340, julio 2011. Editorial Centro de Estudios Financieros.

GONZÁLEZ SAINZA, JAVIER. (2011). *Normas de consolidación. Comentarios y casos prácticos*. Centro de Estudios Financieros.

IZQUIERDO PERIS, JOAQUÍN. (2011). *Otras normas aplicables a la consolidación I. Conversión de cuentas anuales en moneda extranjera*. Revista de Contabilidad y Tributación nº 340, julio 2011. Editorial Centro de Estudios Financieros.

MARTÍN RODRÍGUEZ, JOSÉ G. (2011). *Las NOFCAC: adquisiciones inversas*. Técnica Contable. Nº 741, mayo 2011.

MARTÍN RODRÍGUEZ, JOSÉ GABRIEL . AGUILERA MEDIALDEA JUAN JOSÉ. (2011). *Manual de consolidación contable y fiscal*. CISS. GRUPO WOLTERS KLUWER.

MILLÁN AGUILAR, ADOLFO. (2011). *Normas para la Formulación de las Cuentas Anuales Consolidadas Art. 54. Instrumentos financieros NRV 9ª*. Comentario consulta 22 BOICAC 85. Partida doble, nº 234, julio-agosto 2011.

MILLÁN AGUILAR, ADOLFO. (2011). *Normas para la Formulación de las Cuentas Anuales Consolidadas Art. 58.3 y Art. 66.3. Instrumentos financieros NRV 9ª*. Comentario consulta 23 BOICAC 85. Partida doble, nº 234, julio-agosto 2011.

MILLÁN AGUILAR, ADOLFO. (2011). *Normas para la Formulación de las Cuentas Anuales Consolidadas Arts. 50 y 52*. Comentario consulta 24 BOICAC 85. Partida doble, nº 234, julio-agosto 2011.

ORY AJAMIL, MANUEL. (2011). *Consolidación de estados financieros*. Editorial Ory Ajamil.

PULIDO ANTONIO. (2010). *Combinaciones de negocios y preparación de las Cuentas Anuales Consolidadas*. GARCETA GRUPO EDITORIAL.

TORIBIO TEMPRADO, JOSÉ ALBERTO. (2011). *Contabilización de los cambios en interés minoritario y de la pérdida de control en las nuevas normas de consolidación*. Revista de Contabilidad y Tributación nº 335, febrero 2011. Editorial Centro de Estudios Financieros.

TORIBIO TEMPRADO, JOSÉ ALBERTO. (2011). *Cambios de participaciones en entidades multigrupo. Pérdida de control conjunto (XII)*. Revista de Contabilidad y Tributación nº 339, junio 2011. Editorial Centro de Estudios Financieros.

### **RELACIONADA CON LOS CRITERIOS APLICABLES PARA LOS EJERCICIOS INCIADOS A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2008.**

Código de Comercio, artículos 42 a 49, redacción introducida por la Ley 16/2007, de 4 de julio, de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional con base en la normativa de la Unión Europea.

ICAC (2008) *Nota del ICAC relativa a los criterios aplicables en la formulación de cuentas anuales consolidadas según los criterios del Código de Comercio para los ejercicios que comiencen a partir de enero de 2008*. BOICAC 75. Octubre 2008.

ANGLA JIMÉNEZ, M. (2009). *Suscripción de instrumentos de deuda de sociedades del grupo: una nueva forma de plantear las eliminaciones financieras en la consolidación*. Partida Doble, nº 211. Pags. 36-50.

ANGLA JIMÉNEZ, RODRÍGUEZ, A. Y VIDAL M.A. (2009). *Incidencias de la normativa contable actual en las eliminaciones financieras de la consolidación*. Partida Doble. Nº 214, pags. 42-55.

HERAS MIGUEL, LORENZO DE LAS (2009). *Normas de Consolidación: comentarios y casos prácticos*. Centro de Estudios Financieros. Madrid.

LÓPEZ -SANTACRUZ MONTES, JOSÉ ANTONIO. ORTEGA CARBALLO, ENRIQUE. ROS AMORÓS, FLORENTINA. *Memento práctico Grupos Consolidados 2010-2011*. Francis Lefebvre.

RUIZ LAMAS, F.C. (2009). *Presentación de cuentas anuales consolidadas a partir de 1 de enero de 2008. Comentarios a la nota del ICAC*. Revista de Contabilidad y Tributación (comentarios y casos prácticos). Ed. Estudios Financieros. Número 313. Abril 2009.

### **BIBLIOGRAFÍA SOBRE CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS RELACIONADAS CON LAS NORMAS APROBADAS POR EL REAL DECRETO 1815/1991, DE 20 DE DICIEMBRE.**

Código de Comercio, artículos 42 a 49, redacción introducida por la Ley 19/1989, de 25 de julio, de reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil a las directivas de la Comunidad Económica Europea en materia de Derecho de sociedades.

Real Decreto 1815/1991, de 20 de diciembre, por el que se aprueban las Normas para la Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas.

ÁLVAREZ MELCÓN SIXTO. (1989): *Análisis contable del régimen de declaración consolidada de los grupos de sociedades*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. (1983). Instituto de Planificación Contable.

- ALVAREZ MELCÓN SIXTO. (1999). *Consolidación de Estados Financieros*. McGraw-Hill. Madrid.
- CAÑIBANO CALVO, L. Y CEA GARCÍA, J.L. (1972) *Los grupos de empresas. Consolidación y censura de sus estados financieros*. Instituto de Censores Jurados de Cuentas.
- CEA GARCÍA, JOSÉ LUIS. (1992): *Algunas anotaciones sobre la imagen fiel y sobre el concepto de cuentas anuales consolidadas de los grupos de sociedades*. Revista de contabilidad y tributación de estudios financieros. Número 108, pags. 23 a 40.
- CEA GARCÍA, JOSÉ LUIS. (1995): *La conversión de cuentas anuales en moneda extranjera a efectos de la consolidación de cuentas en España: un asunto a revisar*. Primer Premio Revista Estudios Financieros en la modalidad de Contabilidad y Administración de Empresas. Publicado en el número 149-150.
- CÓNDOR LÓPEZ VICENTE. (1988): *Cuentas consolidadas. Aspectos fundamentales en su elaboración*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.
- CÓNDOR LÓPEZ VICENTE. (1992): *Metodología de las cuentas consolidadas en Europa*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.
- CORONA ROMERO, ENRIQUE. (1992) *Eliminaciones de resultados en el método de integración global según el Real Decreto 1815/1991*. Revista de Contabilidad y Tributación de Estudios Financieros. Madrid. Número 110, pags. 103 a 144
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ J.M.. (1993). *Consolidación de estados contables*. Editorial AC. Madrid.
- GONZALO ANGULO, JOSE ANTONIO. (1993). *Lectura e interpretación de las cuentas anuales consolidadas*. Revista de contabilidad y tributación de estudios financieros. Madrid. Número 122.
- HERAS MIGUEL, LORENZO DE LAS (2007). *Normas de Consolidación: comentarios y casos prácticos*. Centro de Estudios Financieros. Madrid.
- LAÍNEZ GADEA, JOSÉ ANTONIO (1992). *La conversión de cuentas anuales en moneda extranjera de sociedades dependientes y asociadas*. Revista Española de Financiación y Contabilidad. Vol. XXII, nº 72, pags. 567-590.
- TÚA PEREDA, JORGE Y GONZALO ANGULO, JOSE ANTONIO. (1982). *El grupo y el conjunto de la consolidación*. Revista Técnica del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España, nº 6, pags. 21-51
- TUA PEREDA, JORGE. (2006) *Consolidación y Normas Relativas a las Cuentas Consolidadas*. Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.
- TUA PEREDA, JORGE (2006). *El nuevo concepto de grupo en el Código de Comercio*. Noticias de la Unión Europea, nº 259-260. Pags. 113-122.

## **RELACIONADA CON LAS NORMAS INTERNACIONALES DE CONSOLIDACIÓN**

*SÉPTIMA DIRECTIVA DEL CONSEJO* de 13 de junio de 1983 basada en la letra g) del apartado 3 del artículo 54 del Tratado, relativa a las cuentas consolidadas (83/349/CEE).

*DIRECTIVA 2003/51/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO* de 18 de junio de 2003 por la que se modifican las Directivas 78/660/CEE, 83/349/CEE, 86/635/CEE y 91/674/CEE del Consejo sobre las cuentas anuales y consolidadas de determinadas formas de sociedades, bancos y otras entidades financieras y empresas de seguros (DOCE 17-07-2003).

*REGLAMENTO (CE) Nº 1606/2002 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO* de 19 de julio de 2002 relativo a la aplicación de normas internacionales de contabilidad (DOCE de 11-09-2002).

Comentarios referentes a ciertos artículos del Reglamento (CE) nº 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de julio de 2002, relativo a la aplicación de normas internacionales de contabilidad y de la cuarta Directiva 78/660/CEE del Consejo, de 25 de julio de 1978, y la séptima Directiva 83/349/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1983 sobre contabilidad (Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas noviembre de 2003).

*REGLAMENTO (CE) Nº 1126/2008 DE LA COMISIÓN* de 3 de noviembre de 2008 por el que se adoptan determinadas Normas Internacionales de Contabilidad de conformidad con el Reglamento (CE) nº 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo (DOCE de 29-11-2008).

- NIIF 3 Combinaciones de Negocios
- NIC 27 Estados financieros consolidados y separados
- NIC 28 Inversiones en asociadas
- NIC 31 Participaciones en negocios conjuntos
- SIC 12 Consolidación - Entidades de propósito especial
- SIC 13 Entidades controladas de forma conjunta - Aportaciones no monetarias de los partícipes

*REGLAMENTOS (CE) Nº 494/2009 y 495/2009 DE LA COMISIÓN*, de 3 de junio de 2009, que modifican el Reglamento (CE) nº 1126/2008 por el que se adoptan determinadas Normas Internacionales de Contabilidad de conformidad con el Reglamento (CE) Nº 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo relativo, respectivamente, a la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 27 *Estados financieros consolidados y separados* y la Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) 3 *Combinaciones de negocios* (DOCE de 12-06-2009).

*REGLAMENTO (UE) Nº 149/2011 DE LA COMISIÓN* de 18 de febrero de 2011 que modifica el Reglamento (CE) nº 1126/2008, por el que se adoptan determinadas normas internacionales de contabilidad de conformidad con el Reglamento (CE) nº 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que se refiere a las Mejoras de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) (DOCE de 19-02-2011)

*NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA 2011* - International Accounting Standards Board - IASB - IASCFoundation

- NIIF 3 Combinaciones de Negocios
- NIIF 10 Estados Financieros Consolidados (Mayo 2011) (sustituye a la NIC 27 y SIC 12)
- NIIF 11 Negocios conjuntos (Mayo 2011) (sustituye a la NIC 31 Participación en negocios conjuntos y SIC 13 Entidades controladas de forma conjunta - Aportaciones no monetarias de los partícipes)

- NIIF 12 Información en Memoria sobre participación en otras entidades (Mayo 2011) (información en memoria de dependientes, negocios conjuntos, asociadas y entidades estructuradas no consolidadas)

- NIC 28 Inversiones en asociadas

*NIIF DE PYMES 2009* - International Accounting Standards Board - IASB - IASCFoundation

- Sección 9 Estados financieros consolidados y separados

- Sección 11 Instrumentos financieros básicos

- Sección 12 Otros instrumentos financieros

- Sección 14 Inversiones en Asociadas

- Sección 15 Inversiones en negocios conjuntos

*FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD* - [www.fasb.org](http://www.fasb.org)

Base de datos de la web:

- Topic 810 Consolidation

- Topic 805 Business Combinations

*Efrags Comment Letter on ED 10 Consolidated financial statements* (8 Abril 2009) EFRAG - European Financial Reporting Advisory Group - [www.efrag.org](http://www.efrag.org)

*IFRS Handbook: Business combinations and non-controlling interests* - January 2010

KPMG

*IGAAP 2011 A guide to IFRS Reporting* - Deloitte - Editorial: LexisNexis

*IFRS AND US GAAP SIMILARITIES AND DIFFERENCES September 2010* - Price Waterhouse Coopers



## Control presupuestario (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Datos de interés](#)

[Objetivos](#)

[Contenido](#)

[Metodología](#)

[Sistema de evaluación](#)



## Datos de interÃ©s

---

- Facultad: CC. Económicas y Empresariales
- Departamento: Empresa
- Titulación: ADE, ECO, Dobles GRADOS
- Tipo de asignatura: OPTATIVA
- Créditos: 6 ECTS
- Profesores que la imparte: Javier Arellano y Miguel Angel Casares
- Organización temporal: segundo semestre
- Idiomas en que se imparte: Castellano e Inglés
- Horario: 4 horas de clase por semana (Consultar en horarios oficiales)

El horario de atención de los profesores es: Martes y miércoles de 18:00 a 20:00 (despacho 2270)

No obstante lo anterior, se agradecerá que, previamente, los alumnos envíen un correo electrónico (jarellano@unav.es) con el fin de poder prever posibles coincidencias y evitar así pérdidas de tiempo. En el caso de que algún alumno tenga dificultades para ceñirse al horario oficial establecido, podrá también enviar un correo electrónico solicitando cita en otro horario.



## Objetivos

---

El curso pretende trasladar al alumno el papel del presupuesto maestro en el control de gestión familiarizarle con el proceso de elaboración de los distintos presupuestos y su seguimiento así como con los análisis que pueden realizarse con base en ellos.

Una de las responsabilidades más sobresalientes de los departamentos financieros de las empresas consiste en el control financiero de las operaciones; control que, en la práctica totalidad de las ocasiones, se basa esencialmente en la elaboración y seguimiento de presupuestos.

Aunque una parte importante de los conceptos, habilidades y capacidades necesarios para confeccionar presupuestos son objeto de estudio en diversas asignaturas del actual plan de estudios, los alumnos habitualmente terminan la carrera sin haber confeccionado un presupuesto y sin haber comprobado su gran potencialidad.

El control presupuestario tiene además la virtualidad de **relacionar todas las áreas de actividad de la empresa** (desde las compras a las políticas de cobro y financiación, pasando por la planificación de personal y las actividades de marketing), permite **analizar sus interacciones y valorar su impacto económico-financiero**. Así pues, esta asignatura puede reforzar conceptos esenciales para el alumno y proporcionarle una buena **visión de conjunto** justo antes de incorporarse al mercado laboral.

Específicamente, la confección de un presupuesto es una excelente base sobre la que abordar aspectos de gran relevancia sobre la gestión financiera a corto plazo y sobre la confección e interpretación de determinados estados financieros. Así pues, la asignatura permitirá que el alumno alcance las siguientes competencias

### Competencias transversales

- Desarrollo del razonamiento lógico
- Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas

### Competencias específicas

- Analizar en casos reales diferentes situaciones contables y financieras de una empresa y su proyección futura a través del análisis de la estructura de capital y modelos de valoración, más específicamente:
  - Ser capaz de analizar la situación económico-financiera de cualquier empresa utilizando las cuentas anuales
  - Valorar a partir de los datos relevantes la coyuntura actual y proyección futura de los datos financieros de una empresa
- Obtener un conocimiento teórico-práctico de la empresa, la estructura organizativa y las relaciones entre los elementos que la componen
- Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones

## Contenido

---

El programa sintético de la asignatura es:

Tema 1. INTRODUCCIÓN AL CONTROL DE GESTIÓN

Tema 2. EL CONTROL POR AREAS DE RESPONSABILIDAD.

Tema 3. EL PROCESO DE PRESUPUESTACION EN LA EMPRESA: EL PRESUPUESTO MAESTRO

Tema 4. PRESUPUESTOS OPERATIVOS

Tema 5. COSTE ESTÁNDAR

Tema 6. PRESUPUESTOS FINANCIEROS

Tema 7. ESTADOS FINANCIEROS PREVISIONALES

Tema 8. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO: INDICADORES FINANCIEROS

Tema 8. TOMA DE DECISIONES CON BASE EN EL PRESUPUESTO MAESTRO

Tema 9. EL SEGUIMIENTO Y ANÁLISIS DE DESVIACIONES

## Metodología

---

El enfoque de la asignatura es eminentemente práctico. Tras la discusión teórica de la problemática propia del control de gestión y de la elaboración de los distintos presupuestos, se presentará el presupuesto maestro de una empresa, así como los procedimientos para su seguimiento y análisis. Concretamente la asignatura tiene dos partes:

1. El presupuesto maestro: confección y seguimiento: confección dirigida de un gran caso que se trabaja por entregas. La elaboración del presupuesto se hará en hojas de cálculo.
2. Trabajo dirigido (trabajo en grupo (3 o 4 alumnos por grupo) consistente en la confección del presupuesto maestro de una empresa).



## Sistema de evaluación

---

- 30% Evaluación continua de las entregas parciales del caso a lo largo de las sesiones del curso.
- 40% Examen final. El examen consistirá en el análisis y valoración del efecto económico-financiero de una serie de operaciones sobre el caso trabajado a lo largo del curso. (el examen podrá realizarse al terminar el período previsto para trabajar el caso)
- 30% Trabajo en grupo: El trabajo versará sobre la elaboración de un presupuesto para una empresa (real o imaginaria) elegida por los alumnos. Dicho trabajo se expondrá al resto de la clase. Para evaluar el trabajo se seguirán los siguientes criterios
  - Auto-evaluación de los miembros de cada grupo
  - agenda reuniones de grupo
  - Cercanía a la realidad del trabajo (en los datos y en las peculiaridades del sector)
  - Cómo de completo
  - Corrección técnica
  - Posibilidad de simulación
  - Calidad de la presentación final



## Country and City Branding (F.Económicas) (2013-2014)

[City & Country Branding](#)

## City & Country Branding

---

Branding strategy and techniques are increasingly becoming the preferred approach to identify and take advantage of the main city and country assets. Place branding allows cities and countries to increase citizens' satisfaction, attracts additional flows of investment, human capital and tourism.

In this course we will discover the basic tools for identifying place brand identity, image and positioning. We will present the main elements of place branding strategy.

Students will be asked to carry on practical study cases during the semester.

This is a 3 ECTS course.

Semester: Spring 2014 (January-May 2014)

Teaching Hours: 2 hours per week

Language of instruction: English



## Crecimiento Económico (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Objetivos](#)

[Contenido](#)

[Bibliografía](#)

[Evaluación](#)

[Trabajos](#)

[Fechas importantes](#)

[Exchange students](#)



## Presentación

---

- **Nombre de la asignatura:** Crecimiento económico
- **Departamento:** Economía
- **Curso:** Tercero
- **Semestre:** Segundo
- **Horario de clase:** Miércoles de 8.00 a 11.00
- **Aula:** 08 (Edificio Amigos)
- **Número de créditos:** 6 ECTS
- **Profesor:** Fernando Perez de Gracia
  - Horario de atención a alumnos: Se anunciará
  - Despacho: 4100, cuarta planta, Edificio Amigos
  - Correo electrónico: [fgracia@unav.es](mailto:fgracia@unav.es)

Última actualización de la página: 1 de julio de 2013



## Objetivos

---

*El crecimiento económico es un campo de la economía viejo y nuevo* (Weil, 2006). Este curso permite a los alumnos entender la importancia del crecimiento económico. Para ello sintetiza los distintos modelos presentes en la literatura sobre crecimiento económico. Además de sintetizar una amplia variedad de literatura, este curso presenta investigaciones sobre crecimiento económico de una forma accesible.

**Sobre las competencias del título que cumple la asignatura:**

- desarrollo espíritu crítico,
- capacidad de análisis y síntesis.

## Contenido

---

**1.- Introducción.** Importancia del crecimiento. La distribución de la renta mundial. Regularidades empíricas en relación al crecimiento económico.

**2.- Modelos de crecimiento con tasas de ahorro exógenas (el modelo de Solow-Swan).** Estructura básica. El modelo neoclásico de Solow y Swan. Modelos de crecimiento endógeno. Otras funciones de producción.

**3.- Modelos de crecimiento con optimización del consumidor (el modelo de Ramsey).** Familias. Empresas. Equilibrio. Estado estacionario. Dinámica de transición. Tasas de preferencia temporal no constantes. Ampliaciones del modelo de Ramsey.

**4.- Contabilidad del crecimiento.** Primera contabilidad estándar del crecimiento. El enfoque dual de la contabilidad del crecimiento. Problemas de la contabilidad del crecimiento. Crecimiento de PTF e I+D.

**5.- Análisis empírico.** Dos conceptos de convergencia. Convergencia en los EEUU. Convergencia entre las regiones europeas. Migración entre estados de EEUU. Migración entre regiones europeas. Migración y convergencia. Ganadores y perdedores desde 1960 a 2010. Análisis empírico de las tasas de crecimiento. Resultados de la regresión de las tasas de crecimiento.



## Bibliografía

---

### Bibliografía básica:

- **Sala-i-Martin, X., 2000.** *Apuntes de Crecimiento Económico*. Segunda Edición. Antoni Bosch.

### Bibliografía recomendada:

- **Argandoña, A., Gámez, C., Mochón, F., 1997.** *Macroeconomía Avanzada II*. McGraw- Hill.
- **Barro, R., Sala-i-Martin, X., 2009.** *Crecimiento Económico*. Editorial Reverté.
- **Jones, C.I., 2002.** *Introduction to Economic Growth*. Segunda Edición. Norton.
- **Weil, D.N., 2006.** *Crecimiento económico*. Pearson - Addison Wesley.



## Evaluación

---

La *calificación final* se obtiene a partir de las siguientes ponderaciones:

- Examen parcial 1 (13 de febrero): 3 puntos
- Examen parcial 2 (13 de marzo): 3 puntos
- Examen final (fecha a determinar): 3 puntos
- Trabajo y presentación: 1 punto

En la *convocatoria de junio*, el 100% de la nota se corresponderá con la nota del examen final

## Trabajos

---

Se entregará una **propuesta de trabajo** el día 23 enero en horario de clase. La propuesta debe incluir: tema seleccionado, objetivo y bibliografía. Serán trabajos realizados individualmente. No se aceptarán propuestas enviadas por email.

La **versión final del trabajo** se entregará el 22 de marzo en horario de clase. El trabajo debe tener una extensión máxima de 25 páginas. No se aceptarán trabajos enviados por email.

*Temas posibles para los trabajos:*

- 1.- *El capital físico.*
- 2.- *La población y el crecimiento económico.*
- 3.- *Tendencias futuras de la población.*
- 4.- *El capital humano.*
- 5.- *Medición de la productividad.*
- 6.- *El papel de la tecnología en el crecimiento.*
- 7.- *La vanguardia de la tecnología.*
- 8.- *La eficiencia.*
- 9.- *El crecimiento en la economía abierta.*
10. *El estado.*
- 11.- *La desigualdad de la renta.*
- 12.- *La cultura.*
- 13.- *La geografía, el clima y los recursos naturales.*
- 14.- *Los recursos y el medio ambiente.*

Las fechas (y las horas) de las presentaciones de trabajos se fijarán en el mes de marzo.



## Fechas importantes

---

Las fechas de los exámenes parciales: se anunciarán

Las fechas de las presentaciones: se anunciarán

Las fechas relacionadas con los trabajos: se anunciarán

## Exchange students

---

This course is taught in Spanish

International students can also write and present in English their projects and/or exams

### Presentation

- **Professor:** Fernando Perez de Gracia
- E-mail: fgracia@unav.es
- **Course:** Economic growth
- **Credits:** 6
- **Semester:** Second
- **Classes:** January - April, 2014
- **Office hours:** TBA
- Office: 4100, Edificio Amigos (Torre)

### Syllabus

TBA

### Grading

- Midterm 1: 30%
- Midterm 2: 30%
- Project 30%
- Final exam: 30%

### Basic bibliography

- Jones, C.I. (2002): Introduction to economic growth. Second edition. Norton
- Romer, D. (2001): Advanced macroeconomics. Second edition. McGraw - Hill



## Demografía, Economía y Familia (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Descriptor](#)

[Metodología](#)

[Distribución tiempo](#)

[Evaluación](#)

[Programa](#)

[Bibliografía](#)





## Presentación

---

**Nombre de la asignatura:** Demografía, Economía y Familia

**Facultad:** Ciencias Económicas y Empresariales.

**Departamento:** Economía, LADE, Economía y Doble Licenciatura

**Curso:** 2012-2013

**Duración:** Semestral

**Número de Créditos:** 6

**Profesor:** Antonio Moreno Almárcegui.

**Tipo de Asignatura:**



## Descriptor

---

La asignatura trata de establecer los rasgos originales de la Familia Occidental y el momento de su aparición en la historia. Se trata de mostrar como buena parte de los rasgos más característicos de la civilización Occidental hunden sus raíces en una concepción original de la familia.



## Metodología

---

Asistir a las clases del curso. Valdrá 20% de la nota final.

El alumno encontrará el material de apoyo complementario a las explicaciones en ADI. Cada lección tendrá dos documentos. Uno con el contenido -en forma de fichas- del material gráfico y estadístico que se utiliza en las clases, de tal forma que al alumno le sea más fácil seguir el contenido de la explicación, limitando los apuntes a tomar. El segundo documento será un texto de lectura obligatoria sobre un aspecto importante del contenido de la lección.

Cada dos temas, habrá un ejercicio práctico evaluable voluntario. Se pedirá al alumno que responda a una pregunta del tema explicado, que tendrá que resumir con claridad y precisión en una hoja; o que comente un texto, gráfico, cuadro... relativo al tema.

A lo largo del curso habrá 4 ejercicios prácticos evaluables, cada dos lecciones. Tales ejercicios son voluntarios, no obligatorios. Cada ejercicio valdrá 2 puntos.



## Distribución tiempo

---

### Clases presenciales: 65 horas

-**60 horas en clases teóricas**, en unidades de 2 horas. Para seguir la explicación se utilizarán fichas proyectadas en clase que estarán a disposición del alumno en la sección &lsquo;documentos de ADI.

-**4 horas en clases prácticas**. Al final de la explicación de cada tema teórico, el alumnos realizará un ejercicio en clase durante una hora sobre el tema explicado. Tal ejercicio será evaluado por el profesor con un breve comentario y formará parte de la nota final. Se puntuará de 0 a 2.

### Tiempo de estudio-trabajo para el Alumno: 80 horas

-50 horas de estudio de los temas explicados en clase. El material a estudiar serán los apuntes tomados en clase + fichas que se colgarán es ADI .

-30 horas de lectura y análisis de cinco artículos o partes de un libro. Uno por cada lección del temario. Su evaluación se realizará en las 5 clases prácticas del curso.

Asesoramiento asignatura: 5 horas.

-**Tutoría con el profesor: 5 horas**. Se verá positivamente traer los apuntes de clase y el análisis realizado por el alumno de los textos colgados en clase.

## Evaluación

---

### Contenido a evaluar.

-Apuntes tomados en clase + fichas que se colgaran es ADI + más los textos colgados en ADI (uno por lección).

### Sistema de evaluación:

-La **asistencia a clase** valdrá 20% de la nota. Puede haber 3 faltas justificadas.

-**Ejercicios:** cada dos lecciones habrá un ejercicio práctico. En total, cuatro ejercicios prácticos (2 puntos cada ejercicio) a lo largo del curso. El alumno que tenga 7 o más puntos (asistencia a clase+ ejercicios) podrá liberar el examen final de la asignatura. En ese caso, la nota final de la asignatura será la suma de las notas parciales de los ejercicios prácticos más la nota de la asistencia.

-**Examen final:** constará de 8 preguntas; cada una corresponderá a una lección-texto explicado a lo largo del curso. Cada pregunta valdrá 1 punto.

-**Subir nota.** El alumno que habiendo aprobado por curso quiera subir nota podrá presentarse al examen final. La nota del curso será la mejor de las dos (nota de curso versus nota del examen final)

-**Matrícula de Honor.** El requisito para presentarse al examen de Matrícula de Honor será haber obtenido un 10 de nota en los ejercicios realizados a lo largo del curso. Habrá un examen final especial, que constará de una única pregunta global sobre el curso. Se evaluará la capacidad para integrar en un discurso narrativo los distintos aspectos vistos en cada lección.

## Programa

---

### **0. Introducción.**

- I. ¿Por qué estudiar la familia?
- II. La naturaleza de las relaciones familiares. Don y reciprocidad, fuente de la identidad personal.
- III. Enfoque y objetivos de la asignatura.

### **Primera parte. El siglo XX y XXI.**

#### **1. ¿Qué es la familia hoy?**

- I. El marco histórico general.
- II. La familia hoy: ¿cuál es su función?
- III. Los recursos familiares: el hogar.
- IV. Los recursos familiares: el tiempo.
- V. Animales y hombres: la condición humana.
- VI. Hombre y mujer: el corazón de la división social de tareas.

#### **2. Familia y capital humano.**

- I. Las etapas del cambio: de la Revolución industrial a la sociedad de Servicios. La masiva incorporación de la mujer al trabajo de mercado.
- II. El problema de las sociedades con alta inversión en capital humano. El caso de España. El valor de las mujeres como madres y esposas.
- III. Las políticas familiares en Europa y la crisis del Estado de Bienestar.

#### **3. El Estado de bienestar. Solidaridad intergeneracional, solidaridad intrageneracional. Una crítica desde la familia.**

- I. El ciclo de vida. ¿Qué implica la edad?
- II. Una teoría de la moneda: la moneda como un sistema de préstamos intergeneracional, o modelo de generaciones imbricadas (MGI)
- III. El Estado de Bienestar como un sistema de préstamos intergeneracional... e intrageneracional.

#### **4. Familia y fiscalidad.**

- I. Familia y fiscalidad. Cómo trata el Estado a la Empresa y a la familia.
- II. Una definición de la neutralidad fiscal: la renta per capita familiar.
- III. Como deben contribuir las familias al Estado. Una propuesta.

#### **5. Hombres y mujeres hoy. Cómo emplean su tiempo.**

- I. El trabajo de mercado. Trabajos de hombres, trabajos de mujeres o simplemente trabajos.
- II. Los estudios. Qué carreras eligen ellos y ellas.
- III. El uso del tiempo. A qué dedican los hombres y las mujeres el tiempo libre.

### **Segunda parte. El origen del sistema familiar Occidental.**

#### **6. El matrimonio: don y contrato. La evolución de la doctrina del matrimonio en Occidente. Siglos I al XX.**

- I. Don y contrato en Henáff.
- II. Consumación y consentimiento. Los factores del matrimonio según el derecho canónico y la teología.
- III. De la centralidad de la consumación a la primacía del consentimiento. ¿Del don al contrato? La revolución de los siglos XI-XIII.
- IV. Las consecuencias sociales y económicas: La crisis de la Aristocracia.



## **7. Del mundo Antiguo a la Era del Cristianismo.**

I. Metalurgia, esclavitud y derechos de propiedad. El Patriarcado.

II. Los sistemas de parentesco en las sociedades primitivas.

III. La revolución de los siglos IV-IX. La tesis de Goody.

IV. Las claves del sistema de términos de occidente. Implicaciones antropológica, sociales y económicas.

## Bibliografía

---

**En este apartado sólo se presenta los manuales generales recomendados para una visión general de la asignatura. La bibliografía específica para cada tema se incluirá al comienzo de cada lección durante el curso en el texto de ADI.**

Aries, Philippe y Duby, Georges (dirs.), Historia de la vida privada., Madrid : Taurus, 1988-1992, 9 volúmenes.

Burguiere, Andre [et al.], Historia de la familia, Madrid : Alianza, 1988-1993, II volúmenes.

Casey, James, Historia de la familia, Madrid : Espasa-Calpe, 1990

Duby, Georges y Perrot, Michelle (dirs.) Historia de las mujeres en occidente, Madrid : Taurus, 1991-1993, V volúmenes.

Reher, David-Sven, La familia en España, pasado y presente, Madrid : Alianza, 1996

Vázquez de Prada Tiffe, Mercedes, Historia de la familia contemporánea : principales cambios en los siglos XIX y XX, Madrid : Rialp., 2008





## Development Economics (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTATION](#)

[OBJECTIVES](#)

[CONTENT](#)

[EVALUATION](#)

[LITERATURE](#)

## PRESENTATION

---

*"The course, provided by **on-hand development actors**, is an introduction to the key economic and management aspects of **Development Cooperation**, familiarizes the students with the main **national and international institutions** financing cooperation and development projects, gives direction to cope with complex structures of decision-making and **project management leadership**, and to develop a capacity for practical analysis and critical reasoning on **sustainable growth of developing countries**"*

- **Course Title:** DEVELOPMENT ECONOMICS and LEADERSHIP OF COOPERATION PROGRAMMES

- **Faculty:** CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

- **Department:** ECONOMICS

- **Duration of the course (quarterly, full year):** QUARTERLY

- **Time Schedule:** Every THURSDAY from 18.00 to 20.00 pm (10 minute break) and FRIDAY from 08.15 to 10.50 am (15 minute break)

- **Number of ECTS (European Credit Transfer System):** 6

- **Classroom:** To be confirmed

- **Professor:** Mr. Hugo RUIZ TABOADA

- **E-mail:** [ruiz@taseuro.com](mailto:ruiz@taseuro.com)

- **Course Language:** ENGLISH

- **Syllabus:** See " *Development Economics Schedule 2013*" in the Documents section

## OBJECTIVES

---

The objectives of the course are to introduce to the students the most relevant economic and management aspects of Development Cooperation and to familiarize them with the main national and multilateral institutions that finance cooperation projects. Moreover, the course gives directions in coping with complex structures of decision-making and project management as well as guidance to the students in order to develop a capacity for practical analysis and critical reasoning on development issues and sustainable growth of developing countries.

Our intention is to strengthen the competencies of each student as an executive professional, working for financing institutions of development, for consulting companies or non-governmental organizations that manage cooperation projects. These skills include not only the analytical and critical knowledge necessary to understand the key issues relative to development, but also the fundamental capacities enhancing decision-making and action.

Within the course, human being is the "*fundamental element*". First of all, because people are the final beneficiaries of country/regional development and secondly because we believe that participants and managers of aid funds and projects for developing countries are the key factors for successful implementation.

Consequently, this course is conceived as an opportunity for exchanging real experiences, by letting the students of UNAV interact with directors of beneficiary institutions and multilateral donors (European Union and World Bank), as well as executives of leading consultancy companies and NGOs and executive managers of the main instruments of development cooperation.

## CONTENT

---

The course is structured in four main parts that include the following points:

### **Part 1: Institutional Framework of Development Cooperation**

**a.** Basic Concepts of Development Cooperation: What is understood by Development Cooperation? Beneficiaries, countries and regions: development levels. Historical evolution of cooperation budgets. Instruments of cooperation. Different methods of measuring development.

**b.** Country Case: Detailed knowledge of the economic, political, institutional, sociological and geographical features of a developing country. Peace, Democracy and Natural resources in Africa. Trade, debt and governance in Latin-America. Social and political development in the Mediterranean. Enlargement and integration in Europe. Growth in Eastern Asia. The BRICs (Brazil, Russia, India and China). Case study.

**c.** Analytical description of multilateral and national cooperation institutions.

- Supranational and multilateral institutions of cooperation: United Nations, World Bank, and regional banks (I.A.D.B., AFDB, ADB).
- Other institutions of financing, economic/ commercial development and follow up: International Monetary Fund, World Trade Organisation, OECD.
- National Institutions of cooperation: USAID (USA), GTZ (Germany), AFD (France), DFID (United Kingdom), SIDA (Sweden).

How is cooperation organized in these institutions (programmes financing and implementation)? World Bank, USAID and others.

**d.** European cooperation: European cooperation for Development: EuropeAid, development banks such as EIB and EBRD. Strategic concepts and political frame of the development cooperation. European programmes and bilateral cooperation. Financing of the European Cooperation.

**e.** Spanish cooperation. Presence and role of Spain in the main international economic organizations. State facilities supporting access and contracting. Sources and services of information.

**f.** Sectors of cooperation:

- Institutional building, governance, justice, local development.
- Social support, employment, micro credit, fight against poverty, health and disease management, education, gender issues, human rights, migration, prevention of conflicts.
- Development of the private sector, regional development, SME development.
- Infrastructures: transport, utilities, hydraulic resources, agriculture, environment.
- Food aid, emergency aid, refugees, terrorism and security issues.

### **Part 2: Management of Cooperation Projects**

**a.** Instruments of cooperation:

- Project financing. Funds & financing schemes. Public and private financing.
- Professionals: management, technical assistance and training. Use of consultancies and NGOs for the executive management of projects.
- Grants to projects and public or regional budget support.

**b.** The tool for project management: Project Cycle Management and Logical framework. Feasibility, profitability and sustainability of cooperation projects. Cost-Benefit Analysis (CBA).

**c.** Programming and project management from the Institution donor and the Beneficiary:

- Programming systems
- Definition of the project and its conditionalities.
- Systems of procurement and hiring
- Monitoring and evaluation systems.
- Vision and role of the beneficiary, other stakeholders and the donor.
- Balance of Interests of different parties.
- Making the recipient a stakeholder in development.

**d.** Project Management by consulting companies:

- Technical issues
- Relation with stakeholders.
- Management of the international and local personnel.
- Management of cultural differences: within development teams; between donors and recipients
- Mobilization of technical assistance and investments.
- Administration and finances of the project.

Competitive structure of the consultancy specialized on management of projects: marketing, financial resources, professionals.

**e.** Comparison between the management systems: European Union, World Bank, United Nations and USAID. Recent tendencies: specialization and geographic distribution. Importance of the human factor.

**f.** Experiences and a case of a concrete project. Why do projects succeed ? Why do projects fail ?

### **Part 3: Social entrepreneurship**

**a.** The nonprofit and nongovernmental sector. (NNOs). Structure and activity features and trends in developed and developing countries. Management of these types of organizations. Project Management.

**b.** Social entrepreneurship: the profit organizations. Private initiatives in the field of Development, public services and Fight against Poverty. Instrument for project identification and financing search. Differences with governmental projects and consultants management. Discussion of case studies.

### **Part 4: New trends in Development and Cooperation**

**a.** Underdevelopment and development causes. Models of development and competitiveness of the nations. Enterprise development. Direct investment. Trade, investment and governance.

**b.** Fight against poverty. Social development. Environmental protection. Climate change.

**c.** Micro and macro economic impact of the co-operation: direct and induced effects. Various empirical measurements of the impact of programs and their methodology.

**d.** New trends in Development and Cooperation. Sustainable Development.

**e.** Efficiency, ethics and ideologies in Development and Cooperation. Imperatives for reforms. Conclusions and recommendations.

## **DESCRIPTION AND RESOURCES**

The course will consist 67 hours from January to April in 8 main sessions. It will be given in English. In addition, a minimum of four hours weekly individual homework on the part of the student will be indispensable in order to prepare for the classes.

As the objective of the program is to develop fundamentally the knowledge and the capacities of the student, an interactive method of education is proposed. The main pedagogical instrument in class will be the lectures and case studies developed by professionals and civil servants experienced in Cooperation, complemented with support of scientific material, readings, discussions, presentations, projects in teams, simulation exercises and a study trip to the European Institutions in Brussels, which will provide a complete professional experience.

This method facilitates an interesting and effective form of learning. The cases are much more than examples to help the students to understand a particular model or a theory; they are real descriptions of complex situations within cooperation projects, in which the problems, explicit as much as implicit, and their solutions, are the interdependent result of a multitude of variables and actions.

The course will be coordinated by a professional of the sector, D. Hugo Ruiz Taboada - as professor associate. He will count on the support of seven professionals experienced in cooperation projects, directors of the beneficiary institutions, the donor institutions, European consultancy companies and NGOs.

It will also include extraordinary sessions lectured by personalities in the field of cooperation, which will offer a frame of discussion of the new tendencies, policies and experiences in this area.

The professors will also assist the students who wish to work in the Development Cooperation. Thus, the students will be guided with practical information on the procedures necessary for getting a job in relevant institutions and Cooperation organizations, providing guidance toward the necessary studies and bibliography, the courses, etc. The professors will also help the students to make contact with European and American consultancy companies and NGOs, leaders in Development Cooperation, for their potential incorporation or the undertaking of practical training.

## EVALUATION

---

The student evaluation process will be as follows:

|   |                            |
|---|----------------------------|
| - Participation in Class                | 3 points of the final note |
| - Final Examination                     | 2 points of the final note |
| - Preparation of two team papers        | 4 points of the final note |
| - Reading of a development related book | 1 point of the final note  |

The students will work on teams. Each team will be composed by three to five students.

The papers correspond to the following issues:

- The political, economical, sociological and geographical features of a selected country. An oral presentation of the best papers will be requested.
- A relevant issue in the field of development and cooperation or a Cooperation Project designed for the selected country. The teams will present the paper conclusions as a final presentation.
- Each student individually will read and summarise in 1,000 words a selected book. Please, look at the course bibliography.

## LITERATURE

---

Recommended Literature:

- The Bottom Billion: Why the Poorest Countries are failing and what can be done about it.* Paul Collier, 2008.
- One Economics, Many Recipes: Globalization, Institutions and Economic Growth.* Dani Rodrik, 2008
- The elusive quest for Growth. Economists adventures and misadventures in the Tropics.* William Easterly. 2002. *Wars, Guns, and Votes.*
- *Towards a New Era In Development Aid: Building Effective Institutional Infrastructure in LDCs A report for FRIDE, February 2003*
- Democracy in dangerous places.* Paul Collier. 2009
- Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits.* CK Prahalad, Wharton School Publishing, 2006
- Ebony.* Ryszard Kapuciński, 1998
- What Works in Development? Thinking Big and Thinking Small.* William Easterly and Jessica Cohen, 2009.
- Development economics.* Debraj Ray. Princeton University Press. (MA in Development Studies), 1998.
- Foreign Aid and Development: Lessons Learnt and Directions for the Future* Finn Tarp, Routledge, 2000
- Aid: Understanding International Development Cooperation* John Degenbol-Martinussen and Poul Engberg-Pedersen, Zed Books, 2003
- Leading Issues in Economic Development* Gerald M. Meier, Konosuke Matsusita, James E. Rauch. 2000
- The White Man's Burden: Why the West's efforts to aid the rest have done so much ill and so little Good.* William Easterly, 2006.





## Economía Europea y Española (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA](#)

[DESCRIPTOR](#)

[DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO](#)

[PROGRAMA](#)

[METODOLOGÍA DOCENTE](#)

[COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE](#)

[SISTEMA DE EVALUACIÓN](#)

[BIBLIOGRAFÍA](#)

[EXCHANGE STUDENTS](#)

## PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

---

**Profesor que la imparte:** María Jesús Valdemoros (mjvaldemoros@unav.es) y José Luis Álvarez (jalvarez@unav.es)

Horario de atención: TBA. En otro momento siempre previa cita vía email.

**Departamento:** Economía

**Facultad:** Ciencias Económicas y Empresariales.

**Titulaciones en las que se imparte:** Economía (ECO) y Administración y Dirección de Empresas (ADE)

**Planes de estudios:** ECO, ADE, ECO/ADE y Derecho, IDE, IDM, GEL, GML

**Curso:** 3º Y 4º (ECO, ADE, IDE, IDM curso académico 2012-13)

**Organización:** Segundo semestre académico, de enero a mayo de 2013.

**Número de créditos ECTS:** 6 (aprox. 150 horas de trabajo del alumno)

**Tipo de asignatura:** Optativa. Esta asignatura está incluida en la lista de optativas de los dos perfiles del grado en Economía. Es convalidable en el programa IESE.

**Idioma en el que se imparte:** Castellano

**Horario y lugar de las clases:** Viernes, de 16:00 a 18:45. Aula 8 edificio Amigos.

## DESCRIPTOR

---

Esta asignatura, por contenidos y enfoque, enlaza con Entorno Económico Global. No es un requisito necesario, sin embargo, haber cursado dicha asignatura.

Como su propia denominación indica, Economía Europea y Española plantea un análisis de la economía de la Unión Europea y de las economías nacionales que la forman, con especial atención al caso de España. Aunque el principal énfasis se pone en el estudio de cuestiones eminentemente económicas, se adopta un enfoque multidisciplinar, en el que tienen cabida consideraciones propias de otras disciplinas, como las ciencias políticas o la demografía. Con todo ello se pretende que la persona que curse esta asignatura desarrolle un conocimiento crítico y bien informado de los aspectos institucionales, la coyuntura actual y los desafíos futuros de la economía europea y española.



## DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO

---



El tiempo de dedicación por parte de los estudiantes para esta asignatura se distribuye, aproximadamente, de la siguiente forma:

25 horas de clases expositivas por parte del profesor (normalmente 2 por semana)

11 horas de discusión de noticias y artículos (normalmente 1 por semana)

35 horas dedicadas a la realización y presentación del trabajo (sesiones con todos los alumnos)

4 horas de exámenes (2 horas el examen parcial y 2 horas el examen final)

65 horas de estudio personal, búsqueda de noticias y lecturas

1 hora de tutoría

## PROGRAMA

---

- 1. La economía española y europea en 2012-13:** en este primer tema describiremos la complicada situación económica en que se halla Europa y, especialmente, España. Trataremos también la crisis de deuda soberana que representa el último capítulo, por el momento, de una crisis financiera y económica iniciada en 2007-08.
- 2. La crisis, las políticas económicas y el gobierno de la Unión Europea:** la magnitud y profundidad de la crisis económica y financiera ha puesto en entredicho tanto las políticas económicas como el actual entramado institucional sobre el que descansa la economía europea. En este tema estudiaremos el estado de la cuestión, con sus antecedentes y posible rumbo futuro.
- 3. El modelo de crecimiento español:** la crisis económica que vive España ha estado motivada por un modelo de crecimiento desequilibrado, ahora ya agotado y que requiere de una renovación que lo haga más competitivo
- 4. El problema del desempleo: ¿es la flexiseguridad la solución?:** uno de los mayores males que aquejan a la economía española y europea es el desempleo, cuyas causas más profundas tienen que ver con unos mercados laborales muy rígidos. El cuarto tema del programa aborda el análisis del modelo laboral de la flexiseguridad, propuesto como alternativa para acabar con ese problema.
- 5. El desafío demográfico para las pensiones en Europa:** el sistema de pensiones en las economías europeas se ve amenazado por el inexorable avance del proceso de envejecimiento poblacional. Distintos países del continente han emprendido reformas en este elemento básico del Estado del Bienestar, que analizaremos en este tema.
- 6. Desigualdad y competitividad en la Unión Europea:** desigualdad y competitividad son dos de los grandes desafíos que tiene Europa por delante. En este tema abordaremos las políticas emprendidas en Europa para avanzar simultáneamente en equidad y prosperidad.
- 7. El futuro de la economía europea:** la creciente integración de la economía mundial, junto con la aparición de nuevos y fuertes competidores, amenazan con erosionar la influencia económica y política del viejo continente. En este tema final analizaremos algunos de los escenarios que sobre esta cuestión se plantean a medio plazo.

## METODOLOGÍA DOCENTE

---

**Clases expositivas:** la profesora explicará en estas clases los temas del programa, procurando generar un ambiente propicio para la participación activa de los alumnos. En general, a estas explicaciones se dedicarán dos de las tres horas de clase semanales. Esos contenidos serán objeto de examen en la prueba parcial y en la final.

**Debate y comentario de artículos y noticias:** se comentarán y discutirán artículos y noticias de actualidad relacionadas con la asignatura. Cada semana se dedicará a esta actividad una de las tres horas lectivas asignadas a la asignatura. En cada una de estas clases, algún alumno será el encargado de presentar una noticia o artículo que haya elegido o le haya sido asignado, iniciando el debate (que podrá plantearse también en el foro ADI de la asignatura). Los contenidos de estos textos serán parte de la materia de los exámenes.

**Trabajo:** se requiere la realización de un trabajo en equipos de 2 ó 3 estudiantes, consistente en una presentación oral en clase sobre la situación y evolución reciente de alguna de las economías nacionales de la Unión Europea. Se valorarán distintos aspectos en la corrección de esa presentación, tales como

- Claridad de la argumentación.
- Planteamiento de algún problema relevante para la economía estudiada.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Corrección gramatical, ortográfica y de sintaxis.
- Calidad de los medios y textos empleados.
- Presentación formal (gráficos, estilos,...)

La presentación deberá tener una duración de unos 15 minutos.

Ha de ser un trabajo original. El plagio (tomar y presentar como propio el trabajo de otros) supone perder toda la nota del trabajo.

Para la realización de este trabajo y, en general, para el buen seguimiento de la asignatura, es recomendable leer prensa económica y general a diario.

### Fechas importantes en relación con el trabajo:

- 31 de enero de 2013: último día para informar a la profesora, vía email, de la composición del grupo de trabajo. En la clase del 1 de febrero se indicará el país sobre el que elaborar el trabajo. Quien no cumpla con esta fecha límite, pierde la mitad de la nota correspondiente al trabajo.
- Presentación del trabajo: se realizará en el horario de clases, en la parte final del mes de abril

Tutorías: los profesores estarán disponibles, en el horario oportunamente anunciado, para una atención personalizada.

También se puede contactar vía email para concertar entrevista.

## **COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

---

### Competencias de la asignatura

- A. Comprender las fuerzas que conducen la integración económica en Europa.
- B. Elaborar una perspectiva histórica de la Unión Europea y del papel de España en la misma.
- C. Conocer en profundidad de la situación de una economía europea.
- D. Valorar el entorno inmediato en que se inserta la economía española.
- E. Desarrollar una perspectiva política y social en el conocimiento de la economía europea.

### Competencias del título desarrolladas en la asignatura

1. Fortalecer la capacidad de análisis y síntesis
2. Ejercitar y mejorar la capacidad de trabajo en equipo
3. Construir una visión interdisciplinar de problemas económicos
4. Desarrollar una sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos económicos.
5. Aplicar las herramientas de la Teoría Económica al análisis y discusión de situaciones reales

### Resultados del aprendizaje

- Conocimientos mostrados en los exámenes (Competencias A-E)
- Trabajo escrito y presentación oral sobre la situación de una economía europea (Competencias C, 1, 2 y 5)
- Exposición crítica de un artículo o noticia económica (Competencias 1, 4 y 5)
- Participación en debates sobre noticias económicas (Competencias A-E, 1, 3, 4 y 5)
- Intervenciones en el foro de la asignatura (Competencias 1, 3, 4 y 5)

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

---

La nota final de la asignatura se obtiene aplicando las siguientes ponderaciones:

- **Examen parcial:** 30% Constará de 10 preguntas, cada una a contestar en una extensión de media página. Cada pregunta tiene un valor del 10% del total del examen. Será objeto del examen la materia del programa correspondiente a los cuatro primeros temas del mismo. El tiempo disponible para completar este examen será de 120 minutos. Este examen tendrá lugar el 1 de marzo de 2013 en horario de clase.
- **Examen final:** 30%. Constará de 10 preguntas, cada una a contestar en una extensión de media página. Cada una de esas preguntas tiene un valor del 10% del total del examen. Será objeto de examen la materia del programa correspondiente a los tres últimos temas del mismo, si bien el conocimiento de los contenidos de los cuatro primeros temas será de ayuda para completar las respuestas. El tiempo disponible para completar este examen será de 120 minutos. La fecha fijada para realizar este examen es el 11 de mayo de 2013.
- **Trabajo:** 30%. Esta nota será la misma para los dos/tres miembros del grupo correspondiente, pues se trata de un trabajo en equipo que se valora por el resultado conjunto.
- **Asistencia y participación activa en clase:** 10%. En esta nota se valora la participación, tanto en las clases expositivas como en los debates que se planteen en clase en torno a los artículos distribuidos o a las explicaciones de la profesora.

**Nota adicional:** los profesores podrán asignar una nota adicional, de carácter cualitativo, a aquellas personas que con su interés y participación contribuyan al mejor desarrollo de las clases.

**Convocatoria extraordinaria:** en esta convocatoria se presentarán únicamente quienes no superaron la asignatura en la convocatoria ordinaria. En convocatoria extraordinaria se realizará un examen de las mismas características del examen final (Constará de 10 preguntas, cada una a contestar en una extensión de media página. Cada una de esas preguntas tiene un valor del 10% del total del examen). La materia objeto de examen será la correspondiente a todo el programa de la asignatura. Este examen tendrá un valor del 70% de la nota. El 30% restante corresponderá a la nota obtenida durante el curso en el trabajo.



## BIBLIOGRAFÍA

---

En esta asignatura no utilizaremos ningún manual ni libro de texto. Emplearemos publicaciones de diferentes organismos e instituciones, que se pondrán en ADI a disposición de quienes cursen la asignatura

Tema 1:

[Financial Stability Review. ECB. December 2012. Overview, pp. 7-11](#)

[Autumn forecast 2012-14: sailing through rough waters. European Economy, 7. November 2012. pp. 1-5 \(and 9-29\)](#)

[World Economic Outlook, IMF, October 2012, pp. 62-67](#)

Tema 2

[Fiscal consolidation: How much, how fast and by what means? OECD April 2012.](#) Este artículo está resumido en su página 7, dedicada a los mensajes principales del análisis.

[The Good, the Bad, and the Ugly: 100 years of dealing with public debt overhangs. IMF World Economic Outlook 2, 2012.](#) El artículo se resume en sus páginas 122-126.

[UN PACTO PRESUPUESTARIO PARA UNA UNIÓN ECONÓMICA Y MONETARIA MÁS FUERTE.](#) Boletín Mensual del Banco Central Europeo, mayo 2012.

Tema 3

[THE SPANISH ECONOMIC CRISIS: KEY FACTORS AND GROWTH CHALLENGES IN THE EURO AREA.](#) Bank of Spain, Documentos Ocasionales, #1201, 2012

Tema 4

[La flexiseguridad como modelo para los mercados de trabajo europeos,](#) Boletín Económico de noviembre de 2007, Banco de España, páginas 70-86.

Tema 5: [Reformas de los sistemas de pensiones en algunos países de la UEM.](#) Boletín Económico de julio-agosto de 2011, Banco de España, páginas 118-134.

### ARTÍCULOS PARA DEBATIR EN CLASE

[Will More Integration Save Europe's Social Model?](#) Daniel Gros

Artículo para la clase del 1 de febrero: [Vuelta a la normalidad](#), de Daniel Gros

## **EXCHANGE STUDENTS**

---

This 6 ECTS course is taught in Spanish. Please, note that international students are allowed to attend the regular classes in Spanish and write their exams either in Spanish or English. A list of readings (in English) will be available on the course website.

International students can also write and present in English their projects for the course.

### [SYLLABUS](#)

### **EVALUATION SYSTEM**

Mid term exam: 30%.

Final exam: 30%

Project: 30%

Participation: 10% (students who are not fluent in Spanish will be graded differently: Midterm Exam 35% of the final mark and Final Exam 35%)

### **ARTICLES FOR IN-CLASS DISCUSSION**

[Will More Integration Save Europe's Social Model?](#) Daniel Gros

[Getting to normal.](#) Daniel Gros

### **READINGS**

TEMA 1: THE EUROPEAN AND SPANISH ECONOMY IN 2013

[Financial Stability Review. ECB. December 2012. Overview, pp. 7-11](#)

[Autumn forecast 2012-14: sailing through rough waters. European Economy, 7. November 2012. pp. 1-5 \(and 9-29\)](#)

[World Economic Outlook, IMF, October 2012, pp. 62-67](#)

[QUARTERLY REPORT ON THE SPANISH ECONOMY. BANK OF SPAIN](#)

TEMA 2: ECONOMIC POLICY IN THE EUROPEAN UNION

[Fiscal consolidation: How much, how fast and by what means? OECD April 2012.](#) Key messages, page 7.

[The Good, the Bad, and the Ugly: 100 years of dealing with public debt overhangs. IMF World Economic Outlook 2, 2012.](#) Main ideas in pages 122-126.

[A FISCAL COMPACT FOR A STRONGER ECONOMIC AND MONETARY UNION. EUROPEAN CENTRAL BANK MONTHLY BULLETIN, MAY 2012, pp. 79-95.](#) See the introduction and the conclusions sections for the main ideas

[PRESENTATION EXPLAINING THE "ORGANIC LAW ON BUDGETARY STABILITY AND FINANCIAL SUSTAINABILITY OF THE PUBLIC ADMINISTRATIONS"](#)

TEMA 3: THE SPANISH ECONOMIC MODEL

[THE SPANISH ECONOMIC CRISIS: KEY FACTORS AND GROWTH CHALLENGES IN THE EURO AREA.](#) Bank of Spain, Documentos Ocasionales, #1201, 2012.

TEMA 4: UNEMPLOYMENT AND FLEXICURITY

[The Spanish Labor Market in a Cross-Country Perspective.](#) IMF Working Paper 11/11 (pages 1-12).

[Flexicurity as a model for European labour markets.](#) Bank of Spain, Economic Bulletin, January 2008, pp. 125-142.

TEMA 5: DEMOGRAPHICS AND PENSIONS IN EUROPE

TEMA 6: Inequality and competitiveness:

Bonesmo Fredriksen, K. (2012), [Income Inequality in the European Union](#), OECD Economics Department Working Papers, No. 952, OECD Publishing

OECD (2011) [Divided We Stand: Why Inequality Keeps Rising](#)



## Ética de la actividad económica y Empresarial (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Datos de la asignatura](#)

[Objetivos](#)

[Distribución del tiempo](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Programa](#)

[Horario de atención al alumno](#)

[Bibliografía](#)



## Datos de la asignatura

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Nombre de la asignatura               | Ética de la actividad económica y empresarial   |
| Departamento, Facultad                | Departamento de Empresa.<br>Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales   |
| Curso                                 | 2º semestre   |
| Duración                              | semestral   |
| Aula                                  | Lunes de 12.00 a 14.00 horas y miércoles de 16.00 a 18.00 horas en el aula 14 (Ed. Amigos).   |
| Objetivo                              | Esta asignatura pretende introducir al alumno en el controvertido mundo de la ética en los negocios. Con el estudio inicial del mapa de la acción humana y de algunos principios éticos básicos, se tratarán, mediante el debate de casos prácticos en clase, los principales dilemas éticos que surgen en la relación de la empresa con los stakeholders internos (accionistas y trabajadores), con los externos (clientes, proveedores y sociedad), con el medio ambiente y el entorno legal. |
| Número de créditos ECTS               | 6   |
| Numero de horas de trabajo del alumno | 150 horas   |
| Requisitos                            | Ninguno   |
| Profesor que la imparte               | Ignacio Ferrero Muñoz   |
| Plan de estudios                      |   |
| Tipo de asignatura                    | Optativa, aunque obligatoria para los perfiles siguientes: Contabilidad y finanzas; Dirección de negocios; Economía política; Economía y finanzas internacionales.  |
| Página web de la asignatura           |   |
| Idioma en que se imparte              | Español   |

## Objetivos

---

### Objetivos básicos:

Transmitir los valores humanos y éticos indispensables para un crecimiento personal íntegro, para así poder desarrollar en un futuro próximo un trabajo profesional que integre el comportamiento ético con las otras dimensiones de la profesión, manifestación auténtica del trabajo bien hecho.

A la vez establecer un cauce de trabajo para que los alumnos aprendan -fundamentalmente unos de otros- a pensar con rigor; a tener criterio propio en cuestiones básicas para su vida; a valorar el trabajo en equipo; y a adquirir conciencia social que les permita ser en el futuro verdaderos motores del desarrollo social y económico de sus países.

### Objetivos de Competencias y habilidades que el alumno debe desarrollar propias de la asignatura

- Aumentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos económicos.
- Conocer los fundamentos teóricos de la acción humana.
- Habituar al método del análisis ético de los comportamientos. Adquirir la capacidad de análisis y síntesis y toma de decisiones éticamente válidas en situaciones comprometidas.
- Adquirir conciencia de la dimensión ética de la práctica profesional.
- Considerar las dimensiones del trabajo y su dignidad, así como los derechos y deberes asociados en el seno de la empresa.
- Valorar el sentido ético de las comisiones; el pago de impuestos; las inversiones; la deslocalización; el dumping; y el marketing y la publicidad.
- Profundizar en la dignidad del trabajo y del ejercicio profesional.
- Fortalecer el criterio para no acomodarse a situaciones injustas, y enfrentarse con valentía y generosidad en la puesta en práctica de soluciones.
- Trabajar en la búsqueda del bien común y de la aplicación de la justicia social.

### Objetivos de Competencias y habilidades que el alumno debe desarrollar propias del título

- Desarrollo del razonamiento lógico
- Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
- Capacidad de comunicación oral, y de elaborar y defender de manera rigurosa y bien fundamentada las opiniones propias.
- Profundizar en la naturaleza y sentido de la empresa, así como en el papel del directivo y del gobierno corporativo.
- Planificar tareas y gestionar el tiempo: puntualidad y constancia.
- Aprender a exponer y defender de manera crítica -abierto a la verdad- y bien argumentada sus ideas, respetando las de los demás.
- Plantear el propio trabajo como un ámbito para el desarrollo personal y el de los demás compañeros de profesión.
- Capacidad de trabajar en equipo, simultáneamente al desarrollo de la capacidad de aprender autónomamente.



## Distribución del tiempo

---

La asignatura supone 6 créditos ECTS. Cada crédito ECTS corresponde con 25 horas de trabajo del alumno.

Las 150 horas de trabajo se distribuyen del siguiente modo:

- 60 horas de clases presenciales, de las cuales 20 serán de teoría y 40 de práctica. A estas clases los alumnos deben llegar puntuales, habiendo leído y trabajado los casos que se debatirán, así como los apuntes y bibliografía señalados en el cronograma
- 45 horas de estudio personal del alumno
- 30 horas de lectura de los artículos y textos recomendados y visionado de algunos documentos gráficos
- 10 horas de trabajo en equipo con el grupo que debe presentar el trabajo, o para la búsqueda de información para la realización del trabajo alternativo
- 1 hora de reunión en grupo con el profesor para la preparación de la exposición
- 1 hora de tutoría personal con el profesor
- 3 horas para el examen



## Metodología

---

- \* El alumno debe estudiar 10 temas referidos a cuestiones centrales de la ética de la actividad económica y empresarial
- \* Deber exponer en grupo un caso de ética de la actividad empresarial o económica en clase
- \* Debe presentar la valoración de al menos del 60% de los casos que se expongan en clase.
- \* Leer la bibliografía que se señale para cada tema de la asignatura
- \* Hacer un examen final



## Evaluación

---

- La asignatura tendrá una evaluación continuada a lo largo del curso.
- Del 100% de la nota, un 60% corresponde a la parte práctica y un 40% a la teórica. Para que cada parte cuente en la nota final hay que alcanzar al menos el 35% de la nota posible.
- Parte práctica. El 60% se distribuye así: 15% por intervenciones en clase; 30% por la evaluación de los casos presentados semanalmente; 15% por la exposición del caso o el trabajo en grupo
- Parte teórica. El 40% restante corresponde al examen final

Para la convocatoria de recuperación se guardarán, en caso de estar aprobadas, la nota de la parte práctica o la del examen.

## Programa

---

### INTRODUCCIÓN

#### **Tema 1. La ética como condición de equilibrio**

- I. La ética y la felicidad del ser humano
- II. La ética como condición de equilibrio
- III. Las dimensiones de la ética en la empresa

Casos: Ciudadano Kane; Sadhu.

Lecturas obligatorias: El deseo humano de la libertad

Lecturas recomendadas: Raíces éticas de la crisis financiera; A history of business ethics

### LA ÉTICA PERSONAL

#### **Tema 2. La ética de la acción humana**

- I. Valores, virtudes y principios. El mapa de la acción humana
- II. Errores en el razonamiento moral
- III. Evaluación de la acción moral

Casos: Levine & Boesky; Tupac Amaru; Paul Touvier; Diamonds; BHP Billiton

Lecturas recomendadas: Democracia y relativismo; La ley natural

#### **Tema 3. Temas éticos frecuentes en los negocios**

- I. El clima de corrupción
- II. Los contratos
- III. Los robos o la apropiación indebida
- IV. Los secretos: información confidencial
- V. Conflictos de intereses
- VI. Delación de acciones inmorales -whistle-blowing-
- VII. Contabilidad creativa -earnings management-
- VIII. El soborno y la extorsión

Casos: Slogan; Enron; Holders; Nonprofit; Buildings; Flights; Coke-Burger

Lecturas obligatorias Argandoña, A. La corrupción en el sector privado

Lecturas recomendadas: Informe sobre el Barómetro Global de la Corrupción de Transparency International (2009)

### LA ÉTICA DEL MANAGEMENT EN LA EMPRESA

#### **Tema 4. Sentido y fin de la empresa. El directivo y el gobierno corporativo**

- I. El propósito de la empresa
- II. Relación entre propiedad y control en la empresa
- III. El pago de los ejecutivos. Un debate reciente
- IV. El gobierno corporativo
- V. El liderazgo directivo

Casos: Artículo de Friedman; Hermanos de sangre; Medtronic; Wal-Mart; Tyco; TDIndustries; Siemens

Lecturas obligatorias The Social Responsibility of Business. Milton Friedman; The good company. The Economist 2005.

Lecturas recomendadas: Whats a business for?; El líder resonante crea más.

#### **Tema 5. Políticas éticas en la empresa. La cultura corporativa y la cultura organizacional**

- I. La ética en la empresa
- II. Las políticas éticas
- III. La cultura corporativa y la cultura organizacional
- IV. El clima ético en la empresa española

Casos: Boeing; Michelin



Lecturas recomendadas: Melé, D. Políticas de ética empresarial; El clima ético de la empresa española; The Value of Corporate Values

## **LA ÉTICA DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **Tema 6. La empresa y los stakeholders internos: los trabajadores**

- I. La dignidad y dimensiones del trabajo
- II. Los fines y motivaciones del trabajo
- III. Los derechos y deberes asociados al trabajo

Casos: Cetel; New Media; Expenor; Surgikos

Lecturas recomendadas: Principios de Global Compact

### **Tema 7. La empresa y los stakeholders externos: los consumidores**

- I. El marketing y los derechos de los consumidores
- II. Ventajas para la empresa del marketing responsable
- III. La publicidad y la comunicación
- IV. Un caso particular de competencia: el dumping

Casos: Big Centers; Expoauto; Goldstar, Mattel

### **Tema 8. La empresa y los stakeholders externos: Estado y Sociedad**

- I. Legalidad y moralidad en los impuestos
- II. El principio de subsidiariedad
- III. La deslocalización y sus problemas morales
- IV. Soluciones creativas a la pobreza
- V. Las inversiones y el bien común

Casos: Logos (I); Hights (II); Vans vs Danone (III); The Singer solution to world poverty (IV); Cola Life (IV); Grameen Bank (IV); Tax free (V); Raxum (V);  
Coltán (V)

Vídeo: Ejemplos de empresas que se comprometen con la pobreza

<http://www.businessformillenniumdevelopment.org/videoB4MD.asp>

## **LA ÉTICA SOCIAL**

### **Tema 9. La Responsabilidad Social Corporativa y la ciudadanía corporativa**

- I. ¿Qué se entiende por Responsabilidad Social Corporativa?
- II. Origen de la Responsabilidad Social Corporativa
- III. Argumentos a favor y en contra de la RSC
- IV. Teorías acerca de la RSC
- V. La ciudadanía corporativa
- VI. El desarrollo sostenible

Casos: Nike; Brent Spar; Starbucks; Cummins

Lecturas recomendadas: Del dicho al hecho; The link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. (Porter&Kramer, 2006); Just good business. (The Economist, 2008); Corporate citizenship. (The Economist, 2008)



## Horario de atención al alumno

---

Lunesde 17.00 a 19.00

Miércoles de 16.00 a 18.00

Despacho 2230

email: [jiferrero@unav.es](mailto:jiferrero@unav.es)

## Bibliografía

---

### Bibliografía básica

**Ferrero, I.** (2012). *Ética de la actividad económica y empresarial*. Gráficas Ulzama. Está a la venta en Librerías Universitaria y Gómez.

### Bibliografía complementaria

#### TEMA 1:

**Argandoña, A.** (1995) El tratamiento de los problemas éticos en las instituciones y los mercados financieros, en *La dimensión ética de las instituciones y los mercados financieros*. Argandoña A. (ed.) Fundación BBVA.

**Aristóteles.** *Ética a Nicómaco*. Edición bilingüe y traducción por María Araujo y Julián Marías. Centro de Estudios Constitucionales. Madrid, 1989.

**Ayllón, J. R.** (1998). *Desfile de modelos*. Ed. Rialp.

**De George, R.** (2005) *A History of Business Ethics*.

<http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/business/conference/presentations/business-ethics-history.html>

**Marina, J. A.** (2000) *El laberinto sentimental*. Ed. Anagrama.

**Rodríguez Luño, A.** Ética. <http://www.philosophica.info/voces/etica/Etica.html>. Acceso octubre 2012.

#### TEMA 2:

**Aranguren, J.** Democracia y relativismo. Artículo publicado en [www.univforum.org](http://www.univforum.org)

**González, A. M.** (2007) La Ley natural. *Nuestro Tiempo*. Marzo.

**Melina, L.; Noriega, J.; y Pérez-Soba, J. J.** (2006) *Una luz para el obrar*. Ed. Palabra. Madrid.

**Spaemann, R.** (1987) *Ética. Cuestiones fundamentales*. Ed. EUNSA.

#### TEMA 3:

**Argandoña, A.** (2003) La corrupción en el sector privado. *Documento de Investigación nº 531*, IESE, Universidad de Navarra.

**Levitt, A.** (1998) The Numbers Game. Speech en NYU Center for Law and Business. New York, 28 de septiembre.

**Melé, D.** (2009) *Business ethics in action: Seeking human excellence in organizations*. Palgrave Macmillan.

**Transparencia Internacional** (2009) *Informe sobre el Barómetro Global de la Corrupción*.

#### TEMA 4:

**Barton, D.** (2011) Capitalism for the Long Term. *Harvard Business Review*. Marzo.

**Freeman, R. E.** (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

<http://www.unav.es/asignatura/eticempresarialeconom/>

**Friedman, M.** (1970) La responsabilidad social de la empresa. *The New York Times Magazine*, 13 de septiembre.

**Goleman, D.** (2003) *El líder resonante crea más*. Reseña en Smartbook.

**Handy, C.** (2002) What's a Business for? *Harvard Business Review*. Diciembre.

**Melé, D.** (2009) *Business ethics in action: Seeking human excellence in organizations*. Palgrave Macmillan.

**The Economist** (2005) The Good Company. Enero.

#### TEMA 5:

**Fontrodona, J y De los Santos, J.** (2003) El clima ético en la empresa española. IESE, Universidad de Navarra.

**Melé, D.** (2000) Políticas de ética empresarial. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, nº 5.

**Melé, D.** (2009) *Business ethics in action: Seeking human excellence in organizations*. Palgrave Macmillan.

**Van Lee, R.; Fabish, L.; y McGraw, N.** (2005) The value of corporate values. *Aspen Institute*.

#### TEMA 6:

**Guillén, M.; Ferrero, I.; y Hoffman W.M.** (2012) The Neglected Ethical and Spiritual Motivations in the Workplace. Comunicación presentada en el congreso de EBEN (European Business Ethics Network) en septiembre de 2012 y enviado a *Journal of Business Ethics*.

#### TEMA 7:

**Cavanagh, G. F.** (2009) *American Business Values. A Global perspective*. 6<sup>th</sup> Edition. Prentice Hall.

**Melé, D.** (2009) *Business ethics in action: Seeking human excellence in organizations*. Palgrave Macmillan.

#### TEMA 8:

**Albareda, L. & Balaguer, M.R.** (2007). La inversión socialmente responsable y el gobierno corporativo: Una aproximación al mercado financiero español. *XV Congreso Nacional de Ética de la Economía y de las Organizaciones*. IESE, Universidad de Navarra.

**Argandoña, A.** (2004). La importancia de la ética en la empresa en los procesos de localización y deslocalización. *Occasional Paper*, nº 04/9. IESE

**De la Cámara, C. y Puig, A.** *Deslocalizaciones: ¿mito o realidad?; El caso español frente a los países de Europa Central y Oriental*

#### TEMA 9:

**Fontrodona, J.** (2006). Del dicho al hecho. IESE. *Revista de Antiguos Alumnos*. Enero-marzo.

**Porter, M. & Kramer, M.** (2006). The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*.

**The Economist** (2008) Just Good Business.



**The Economist** (2008). Corporate Citizenship.



## Financial Derivatives (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentation](#)

[Objectives](#)

[Methodology](#)

[Topics to be covered](#)

[Evaluation](#)

[Bibliography](#)



## Presentation

---

Financial Derivatives (year 2013/14)

Topic of the course: This course is focused on the following financial derivative products: forward, futures, option, and swap contracts. The course provides an introduction to these financial assets and discusses some topics related to their pricing, trading strategies, and risk management of portfolios using financial derivatives.

- Professor: Sergio Mayordomo
- E-mail: smayordomo@unav.es
- Course: Financial Derivatives
- Credits: 6
- Semester: Second
- Time period of classes: January - May, 2014
- Office hours: To be confirmed
- Office: 2500 (Tower, second floor)

## Objectives

---

The objectives of this course are as follows. First, to give a general overview of the financial derivatives contracts and markets. Second, to explain the concept, payments, parties, functioning, and risks of the forward, futures, and option contracts. Third, to present different types of forward, futures, and option contracts according to the underlying asset and to explain trading and risk management strategies based on these contracts. Forth, to explain how to price different types of forward, futures, and option contracts in discrete time and continuous time frameworks. Fifth, to explain other financial derivatives such as currency swaps, interest rate swaps or credit derivatives swaps. Sixth, to use Excel and other programming packages to solve practical exercises related to pricing derivatives.

## Methodology

---

### **Content:**

The content of the course consists of a general introduction to derivatives contracts and markets and five topics that refer to the four different types of derivatives: forward contracts and futures (3 topics), options (1 topic), and swaps (1 topic).

### **Structure of the lectures and tutorials:**

The content will be covered in lectures and tutorials of 45 minutes each one. Attendance is compulsory and an appropriate certificate will be required in case of absence.

### **Homework:**

Homework will be posted in ADI at least one week before the deadline. A copy of the homework will be handed in to the professor at the beginning of the class. The problem sets should be done individually, and they will be solved in class by the professor with student participation. There will be two case studies, one referred to the part of forward and futures markets and contracts and the other to the part of options markets and contracts. These cases will include most of the content studied during the course and will be corrected in class.

### **Exams:**

There will be a final exam at the end of the course that will last 3 hours, and one short mid-term exam that will NOT be announced.

## Topics to be covered

---

### 1. Introduction to derivative markets and instruments

- Derivatives and derivatives exchanges
- Major types of derivatives
- Usefulness, pros and cons of derivative markets

### 2. Forward markets and contracts

- Definition, payments, parties and risks
- Settlement and termination of positions in a forward contract
- Equity and bond forward contracts
- Forward rate agreements (FRAs)
- Currency forward contracts

### 3. Futures markets and contracts

- Definition, payments, parties, and characteristics
- Daily settlement and margins
- Comparison of forward and futures contracts
- Convergence of futures prices to spot price and arbitrage opportunities
- Strategies using futures (hedging vs. speculation)
- Basis risk
- Treasury bills, Eurodollar, Treasury bond, stock index and currency futures contracts.

### 4. Determination of forward and futures prices

- Cash and carry arbitrage valuation
- Value of a forward contract prior to expiration
- Pricing of equity forward, fixed income forward, currency forward and forward rate agreement contracts
- Pricing treasury bills, Eurodollar, Treasury bond, stock index and currency futures contracts.

### 5. Option markets and contracts

- Call/put options, European/American options, and option positions
- Types of options in terms of underlying instruments
  - Foreign currency options, index options, interest rate options, bond options, options on futures and commodity options
  - Interest rate caps, floors, and collars
- Option payoffs
  - Moneyness
  - Intrinsic value, time value and their relationship
- Upper and lower bounds for option prices
- Factors affecting option prices
- Put-call parity
- Risk management applications of option strategies
- Pricing interest rate options and options on assets using one period binomial models
- Introduction to Black-Scholes-Merton Model

### 6. Swap market and contracts



- Swap characteristics and the termination of the contracts
- Currency swaps
- Plain vanilla interest rate swaps
- Equity swaps
- Credit default swaps



## Evaluation

---

- Midterm exam: 20 percent
- Final exam: 55 percent
- Homework and participation in lectures and classes: 10 percent
- Cases: 15 percent (7.5% each one)

## Bibliography

---

### Main reference:

Hull, 2009. *Options, Futures and Other Derivatives*, Prentice Hall.

Power Point slides, Excel files, and other materials uploaded to the ADI website

### Other references:

Baxter and Rennie, 1996. *Financial Calculus: An Introduction to Derivative Pricing*, New York : Cambridge University Press.

Baz and Chacko, 2004. *Financial Derivatives: Pricing, Applications and Mathematics*, Cambridge.

Bodie, Kane, and Marcus, 2009. *Investments*, McGraw-Hill, New York.

Hunt and Kennedy, 2000. *Financial Derivatives in Theory and Practice*, John Wiley and Sons, Chirchester.

Kolb and Overdahl, 2003. *Financial Derivatives*, John Wiley and Sons, New Jersey.



## Human Resources (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTATION](#)

[OBJECTIVES](#)

[SYLLABUS](#)

[ASSESSMENT](#)

[REFERENCES](#)

[CONTACT INFORMATION](#)



## PRESENTATION

---

Course name: HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Faculty: SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION

Department: BUSINESS ADMINISTRATION

Year: FOURTH

Duration: QUARTERLY (THREE-MONTHLY)

Credits: 6

Requirement: NONE

Professor: Lourdes García-Salmones Fernández

Type of Course (Core, Required, In-Program electives, Open Electives): CORE

Language: ENGLISH

FOR MORE INFORMATION: <http://www.unav.es/asignatura/humanresources/>

## OBJECTIVES

---

This course aims to describe and explain the most recent trends concerning human resource management.

More precisely, the course's objectives are:

- Learn the key concepts and functions of Human resource Management considering it as an strategic area of management.
- Study human behaviour in today's complex and global organizations.
- Awaken students sensitivity to social issues as part of management in organizations.

## SYLLABUS

---

The course offers a basic introduction to human resource management (HRM). Topics include: Importance and HR management strategy, trends in HR, work design and job analysis, human resource planning, recruitment, selection, training and development, performance appraisal and compensation.

The course also offers an overview of organizational behavior topics: Organizational culture, motivation, leadership, teamwork, conflict resolution, communication, change management, diversity management, time management, decision making and emotional intelligence.

## ASSESSMENT

---

Class Participation: 20%

Tests: 60%

Group presentation: 20%

Class participation will be measured by the accomplishment of cases / activities and the submission of articles.

There will be two tests; the first one about halfway through the semester. It is necessary to do both tests. Those students, who obtain an average of 8, do not have to do the final exam.

The group presentation is an essential requirement to pass the course. In case a student does not participate in this group activity, he or he will have to submit it as an individual project.

## REFERENCES

---

- Armstrong, Michael (2010): Armstrongs Essential. Human Resource Management Practice, London - Philadelphia/PA (Kogan Page).
- Chiavenato, I. (2007). Human Resource Management. The Human Capital in the organizations (8<sup>a</sup> Ed.). Mc Graw Hill.
- Dolan, S., Lingham, T. (2011): Introduction to Organizational Behavior. <http://www.introtoob.com/>
- Dolan, S., Valle Cabrera, R., Jackson E.S y Schuler, R.S. (2007). Human Resource Management(3<sup>a</sup> Ed.). McGraw Hill.
- Ivancevich, J.M. (2007).Organizational Behaviour(7<sup>a</sup> Ed.). McGraw Hill.
- Luthans, F. (2008).Organizational Behaviour(11<sup>a</sup> Ed.). McGraw Hill.
- **Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B., Wright, P. (2009). Fundamentals of Human Resource Management(3rd.Ed.)McGraw Hill.**
- Robbins, S, Judge,T.(2010) Organizational Behaviour, (14<sup>a</sup> Ed.). Pearson



## CONTACT INFORMATION

---

E-mail address: [Lgsalmones@unav.es](mailto:Lgsalmones@unav.es)

Office: 2020

Office Hours: Tuesdays after class



## Seminars in Advanced Management (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTATION](#)

[PROGRAM](#)

[OBJECTIVES](#)

[EVALUATION](#)

[PREREQUISITES](#)

[METHODOLOGY](#)

[REFERENCES](#)



## PRESENTATION

---

Name of Professor: James Francis Reardon

Home University: Monfort College of Business: University of Northern Colorado (United States)

Course title: Seminars in advanced Management: Retail Management

Credits: 3 ECTS

Semester: Spring

Date of the course: March, 7th-25th

This is an intensive seminar which will be taught by an international professor approximately during three weeks and between 2-3 hours per day likely from 2-4 pm.



## PROGRAM

---

Introduction to the Retailing and Retail Types

Responding to and Targeting Consumers

Developing a Retail Strategy

Location, Location, Location

Store Layout and Design

Merchandising and Assortment Planning

Pricing Mechanics/Pricing Promotions

Margin Accelerators/Strategic Profit Model

Promotions and Advertising in Retailing

CRM and Technology in Retailing

Customer Service Issues

## OBJECTIVES

---

By the conclusion of this module, participants should be able to:

- Describe how the consumers decision process affects retailers
- Develop a retail strategy that appeals to a specific target market, which includes
  - Location, layout/design, merchandising, pricing, and promotions
  - Develop a six-month merchandise plan
  - Understand how changes in operational variables (e.g., price, COGS, demand, expenses) affect profit

Describe how technology in retailing affects all channel members



# EVALUATION

---

Exam and Project



## PREREQUISITES

---

Principles of Marketing



## METHODOLOGY

---

Students will work both individually and in groups to create a written retail plan. The instructor will lecture/discuss first the theory of each part and then a practical application to show how to create a plan that can be successful.



## REFERENCES

---

Retailing Management, Levy and Weitz, 7th ed., McGraw Hill-Irwin;

Students are welcome to utilize the 5th, 6th, or 8th edition of the same text



## Seminars in Advanced Marketing (F.Económicas) (2013-2014)

[PRESENTATION](#)

[PROGRAM](#)

[OBJECTIVES](#)

[EVALUATION](#)

[PREREQUISITES](#)

[METHODOLOGY](#)

[REFERENCES](#)



## PRESENTATION

---

Name of Professor: Katarzyna Anna Bachnik

Home University: Warsaw School of Economics (Poland)

Course title: Seminars in Advanced Marketing: Business and Marketing Communication in the Age of Social Media and Cultural Change

Credits: 3 ECTS

Semester: Spring

Date of the course: January, 9th-29th

This is an intensive seminar which will be taught by an international professor during approximately three weeks and between 2-3 hours per day likely from 2-4 pm.



## PROGRAM

---

1. Globalisation and internationalization of companies. Global scene of business interactions where different cultures collide. Born globals.
2. Character of marketing communication and its role in marketing-mix. End of digital marketing.
3. Models and functions of marketing communication.
4. Definitions of culture (Schein and others). Levels, types, elements and models of culture. How culture is born and can it evolve. Selected classifications of national and organizational cultures (Hofstede, Trompenaars, others). Differences and interplays. Strong and weak cultures. Meaning of regions and clusters.
5. Communication in international business: verbal and non-verbal one. Patterns of listening and speaking in different countries (Lewis concept). Easy ways of avoiding misunderstanding. Negotiations in international business (Gesteland and others).
6. Cultural stereotypes. Country of origin effect. Consumer ethnocentrism.
7. Culture shock. Challenges of working abroad and/or managing foreigners.
8. Managing multicultural teams. Opportunities and threats. Leadership style and cultural intelligence.
9. Rapid development of information technology and its influence on business. Socio-cultural context. Changing profile of Internet users. Changing preferences and expectations of consumers. Y generation.
10. Internet as a new ground for conducting business, competing and leveraging advantages. Country-based patterns, similarities and differences. Culture-bound versus global behavior in online settings.
11. Social media and international business. Web 2.0 environment. Blogs, wikis, forums and other platforms of two-way communication. Virtual worlds as a new marketing scene.
12. Crisis management and communication in the digital age. Connected and empowered users.
13. Transparency and privacy - where are the limits? Ethical problems arising from global business presence - especially in the internet. Different ways of utilizing social media in different regions of the world.
14. Corporate social responsibility as a way to meet social and business goals. Arguments for and against this kind of activity held in social media.
15. Cultural dilemmas in international business. Modern trends in management

ALL THESE TOPICS will be illustrated with case studies (among others Second Life, IKEA, Reckitt Benckiser, Coca-Cola, McDonalds, Nike, Innocent Drinks, Nestle, Blendtec, Ben&Jerrys, TOMS, Bennetton, Timberland), business examples and best practices to make the course more enjoyable and practical.

## OBJECTIVES

---

The main objective of the course is to show the complexity of management and marketing in the light of recent socio-cultural transformations and business consequences of rapid information technology development.

The course covers selected topics of marketing communication against the background of market processes and describes main strategies in the field of marketing communication. It shows how communication is embedded in cultures and how cultural factors determine the way businesses are managed. It focuses on differences between national cultures that may be extremely important to business success.

On the other hand, it shows the technological environment: defines social media and presents their potential and power. It tries to show opportunities and threats arising from business presence in digital world.

After the course students understand marketing communication concept and can place it in the digital context. They are able to identify and solve marketing communication problems in disruptive online environment and with new generation of internet users. They know basic concepts of culture have an opinion on cultural clusters and understand the importance of cultural factors for international business operations. They should be able to spot problems and ethical dilemmas that may arise from working in multicultural teams and understand different styles of communication that are culture-bound.

They can give examples of international companies who excel in cultural intelligence and identify mistakes in the companies' activities in foreign markets resulting from ignorance of cultural factors as well as examples of companies that are active in new communication channels and judge undertaken actions.

What is more students are better equipped to build their own presence in the internet, make their own decisions on the level of transparency and information sharing, and, on the other hand, find himself/herself in a diversified cultural environment.



## EVALUATION

---

Participation in class (30%), class assignments/team projects (35%), exam (35%)



## PREREQUISITES

---

1. Marketing fundamentals
2. Students should possess some level of English speaking and reading skills

## **METHODOLOGY**

---

Lectures (introducing the theory part) with positive and negative examples of business practices in international setting resulting from cultural intelligence and from technology-savvy approach (or lack of these abilities).

Prominent cross-cultural case studies. Examples of brands born in social media.

Team work in smaller groups of students with oral presentations of their findings/conclusions.

Class moderated discussions based on homework readings.

## REFERENCES

---

Required readings (in case of full publications, few chapters will be required):

Bernoff J., Schadler T., & "Empowered, Harvard Business Review, July 2001

Earley P.C., Mosakowski E., & "Cultural Intelligence, Harvard Business Review, October 2004

Friedman S.D., & "[Be a Better Leader, Have a Richer Life](#), Harvard Business Review, April 2008

Hall E.T., & "The Silent Language in Overseas Business, Harvard Business Review, May - June 1960

Hampden-Turner C.M., Trompenaars F., *Building Cross-Cultural Competence: How to Create Wealth from Conflicting Values*, Yale University Press, New Have, USA, 2000.

Hemp P., & "Avatar-Based Marketing, Harvard Business Review, June 2006.

Kerin R., Hartley S., Rudelius W., *Marketing*, Wiley, USA 2008

Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., *Marketing 3.0: from products to customers to the human spirit*, Wiley, Hoboken USA 2010

Li Ch., Bernoff J., Groundswell. *Winning in a World Transformed by Social Technologies*, Harvard Business Review Press, USA 2008

Luthans F., Doh J., *International Management. Culture, Strategy and Behavior*, McGraw-Hill, UK 2008

Lytras M., Tennyson R., Ordóñez de Pablos P., *Knowledge Networks. The Social Software Perspective*, IGI Global, USA UK 2009

Piskorski M.J., *Social strategies that Work*, Harvard Business Review, November 2011

Qualman E., *Socialnomics. How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*, John Wiley & Sons, USA 2009

Ronen S., Schenkar O., & "Clustering Cultures on Attitudinal Dimensions: a Review and Synthesis, *The Academy of Management Review*, July 1985

Schein E.H., *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, USA 1992

Schneider S.C., Barsoux J-L., *Managing across Cultures*, Prentice Hall, UK 2003

Visser W. *The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business*, *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, vol 5, nr 3.

Weber L., *Marketing to the Social Web*, John wiley & Sons, USA 2009.

Apart from this, course will be based on my unpublished case studies, my own book (*Cultural context of management processes. Case of Scandinavia, CeDeWu, Warsaw 2010*) which is for now only in Polish and analysis from research project conducted in the US. Also the topic of the course requires using lots of Web pages and online sources.

## Bibliography (beyond the above):

- Adler N.J., International dimensions of organizational behavior, PWS-Kent, Boston 1991
- Alexander M., Korine H., When You Shouldnt Go Global, HBRP, December 2008
- Allen T., &bdquo;You have to lead from everywhere, Harvard Business Review, November 2010
- Axtel R.E., Gestures. The DOs and TABOOs of body language around the world, John Wiley & Sons, Canada1998
- Barney D., The Network Society, Polity Press, Cambrigde, Wielka Brytania, 2004
- Bartlett C.A., Ghoshal S., Managing Across Borders. The Transnational Solution, Harvard Business School Press, USA 2002
- Becht B., &bdquo;Building a company without borders, Harvard Business Review, April 2010
- Berkman R., The Art of Strategic Listening, Paramount Market Publishing, Ithaca, USA, 2008
- Browaeys M-J., Price R., Understanding Cross-Cultural Management, Prentice Hall, UK 2008
- Buus I. Leadership Development: A Scandinavian Model, Business Leadership Review, I: III, October 2004
- Catmull E., &bdquo;How Pixar Fosters Collective Creativity, Harvard Business Review, September 2008
- Clausen L., Corporate Communication Challenges: A &lsquo;Negotiated Culture Perspective, International Journal of Cross Cultural Management, 7(317), 2007
- Cook N., Enterprise 2.0. How Social Software Will Change the Future of work, Gower Publishing, Burlington, USA 2008
- Corporate Cultures and Global Brands, ed. A. Rothacher, World Scientific, Singapur 2004
- Cowen T., Creative Destruction. How Globalization is Changing the Worlds Cultures, Princeton UniPress, UK 2002
- Crane A., Matten D., Business ethics, Oxford University Press, UK 2007
- Cray D., Mallory G.R., Making Sense of Managing Culture, International Thomson Business Press, UK 1998
- Cross-Cultural Communication. The Essential Guide to International Business, ed. J. Mattock, Kogan Page, UK 2003
- Culture, leadership and organizations. The GLOBE study of 62 societies, ed. R.J. House, P.J. Hanges, M. Javidan, P.W. Dorfman, V. Gupta, Sage Publications, USA 2004
- De Anca C., Vazquez A., Managing diversity in the global organization. Creating new business values, Palgrave Macmillan, USA 2007
- Ferraro G.P., The Cultural Dimensions of International Business, Pearson Prentice Hall, USA 2006

Flynn N., Blog Roles. A Business Guide to Managing Policy, Public Relations and Legal Issues, Amacom, USA 2006

Furnham A., Bochner S., Culture Shock: Psychological Reactions to Unfamiliar Environments, Methuen, USA 1986

Gagliardi P., &bdquo;The Creation and Change of Organizational Cultures: A Conceptual Framework, Organization Studies, nr 2/1986

Gannon M.J., Understanding Global Cultures. Metaphorical Journeys through 28 Nations, Clusters of Nations and Continents, Sage, USA 2003

Gelder Von S., Global Brand Strategy. Unlocking Brand Potential across Countries, Cultures and markets, Kogan-Page, UK 2003

Gesteland R., Cross-Cultural Business Behavior. Negotiating, Selling, Sourcing and Managing across Culture, Copenhagen Business School Press, Denmark 2005

Gillin P., The New Influencers. A Marketers Guide to the New Social Media, Quill Driver Books, USA 2009.

Govindarajan V., Trimble C., &bdquo;[Building Breakthrough Businesses Within Established Organizations](#), Harvard Business Review, May 2005

Grenness T., &bdquo;Scandinavian Managers on Scandinavian Management, International Journal of Value-Based Management, nr 16(2003), Kluwer Academic Publishers, Holland 2003

Gudykunst W.B., Bridging Differences. Effective Intergroup Communication, Sage Publications, USA 2004

Hemp P., &bdquo;Getting Real About Virtual Worlds, Harvard Business Review, October 2008

Hoecklin L., Manging Cultural Differences. Strategies for Competitive Advantage, Addison-Wesley Publishing, UK 1994

Hofstede G., Cultures Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations, Sage Publications, UK 2001

Inglehart R., Baker W., Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values, American Sociological Review, February 2000

International Business and Management, ed. D.S. Pugh, A.R. Plath, Sage Publications, UK 2003

International Management. A Cross-Cultural and Functional Perspective, ed. K. Fatehi, Prentice Hall, USA 1996

Jordan-Meier J., The Four Stages of Highly Effective Crisis Management: How to Manage the Media in the Digital Age, Taylor and Francis, 2011

Kane G.C., Fichman R.G., Gallagher J., Glaser J., &bdquo;Community Relations 2.0, Harvard Business Review, November 2009

Kimmel A.J., Connecting with Customers, Oxford University Press, Oxford, Wielka Brytania 2010



- Kotter J.P., &bdquo;Leading Change. Why Transformation Efforts Fail, Harvard Business Review, January 2007
- Lasserre P., Global Strategic Management, Palgrave Macmillan, USA 2003
- Lencioni P.M., &bdquo;Make Your Values Mean Something, HBR, lipiec 2002
- Lewis R.D., Cross-Cultural Communication. A Visual Approach, Transcreen Publications, UK 1999
- Lewis R.D., When Cultures Collide, Nicholas Brealey Publishing, UK 2000
- Managing across Cultures. Issues and Perspectives, ed. M.Warner, P. Joynt, International Thomson Business Press, UK 2002
- Marketing communication: new approaches, technologies, and styles, ed. Allan J. Kimmel, Oxford University Press, Oxford New York 2005
- Newson A., Houghton D., Patten J., Blogging and Other Social Media. Exploiting the Technology and Protecting the Enterprise, Gower Publishing, USA 2009
- Oberg K., Culture shock: adjustment to new cultural environments, Practical Anthropology, nr 7/1970
- Pascale R., &bdquo;The Paradox of <<Corporate Culture>>: Reconciling Ourselves to Socialization, California Management Review, vol. XXVII, nr 2, Winter 1985
- Pearce II J.A., Robinson R.B., jr, Strategic Management Practice: Readings in Strategic Management, Irwin, Boston, USA 1991
- Pearce II J.A., Robinson R.B., jr, Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control, Irwin, Boston, USA 1991
- Piskorski M.J., McCall T., &bdquo;Mapping the Social Internet, Harvard Business Review, July 2010
- Postman J., SocialCorp. Social Media Goes Corporate, New Riders, USA 2009
- Redefining Culture. Perspectives across the Disciplines, ed. J.R. Baldwin, S.L. Faulkner, M.L. Hecht, S.L. Lindsley, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, USA 2006
- [Sellnow T.L.](#), [Seeger M.W.](#), [Ulmer R.R.](#), [Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity](#), 2007
- Shah R., Social Networking for Business. Choosing the Right Tools and Resources to Fit Your Needs, Pearson Education, USA 2010
- Shih C., The Facebook Era, Pearson Education, USA 2009
- Tapscott D., Williams A.D., Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything, Portfolio, New York 2006
- The Internationalization of the Firm, ed. P.J. Buckley, P.N. Ghauri, International Thomson Business Press, UK 1999
- The Network Society. A Cross-Cultural Perspective, ed. by M. Castells, Edward Elgar Publishing, 2004

Theories in Intercultural Communication, ed. Y.Y. Kim, W.B. Gudykunst, Sage Publications, Newbury Park, California, USA 1988

Ting-Toomey S., Communicating across Cultures, Guilford Press, USA 1999

Torre de la J., Doz Y., Devinney T., Managing the Global Corporation. Case Studies in Strategy and Management, McGraw-Hill, USA 2001

Trompenaars F., Woolliams P., Business across cultures, Capstone Publishing, UK 2003

Usunier J-C., Marketing across cultures, Prentice Hall, London, UK 2000

Yip G.S., Bink J.M., &bdquo;Managing Global Accounts, Harvard Business Review, September 2007



## Money, Banking and Financial Markets (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentation](#)

[Description](#)

[Goals](#)

[Syllabus](#)

[Methodology](#)

[Grading](#)

[Basic Bibliography](#)

[Project](#)



## Presentation

---

**Course:** Money, Credit, and Financial Markets

**Professor:** Antonio Moreno Ibáñez

**E-mail:** [antmoreno@unav.es](mailto:antmoreno@unav.es)

**Credits, classes:** 6 ECTS, Classes Mondays 9-11 (08), Wednesdays 9-10 (08)

**Office:** 2530

**Office hours:**

- 3 hours per week coinciding with office hours set by the professor: Tuesdays 9-12

- Personal interviews with appointment

## Description

---

Why do international stock markets react to lower interest rate setting by the U.S. Federal Reserve? What are the differences between the ECB and the Federal Reserve monetary policy? What is the relation between monetary policy and the 2008 financial crisis? What is the relation between interest rates, GDP and inflation? What is the difference between expected and unexpected monetary policy actions? What to do when interest rates are close to zero and the economy needs an expansionary monetary policy? What is quantitative easing? How does the transmission mechanism of monetary policy work through the banking system? How does asymmetric information influence credit policies by banks? What is systemic risk and what was its role in the financial crisis? Why can banks collapse and what is the effect in the overall economy? How can Central Banks avoid bank runs and mitigate systemic risk? Money, credit, and the financial markets deals with all these issues and some more. The class is intended to familiarize the student with the monetary policy strategy, implementation and effects, as well as the role of banks in our economies as (1) transmission mechanism of monetary policy (2) providers of liquidity to the private sector and engine of growth.



## Goals

---

1. Understanding monetary policy strategies
2. Understanding variables influencing interest rate setting and effects on macro-finance dynamics
3. Monetary policy transmission through banks
4. Banks, asymmetric information and credit
5. Banks, liquidity risk, insolvency risk
6. Systemic risk and bank regulation

# Syllabus

---

## I. Monetary Policy

1. Money and the Real Economy
2. Financial Markets and Interest Rates

## II. Banking and Credit

1. Financial intermediaries: functions, structure and the role of asymmetric information
2. Management of Financial Intermediaries
3. The role of the monetary authority and commercial banks in the provision of credit to the economy
4. Conventional Monetary Policy
5. Interest Rate Setting and Monetary Transmission Mechanisms

## III. The 2008 Crisis and Post-Crisis

1. The origins of the crisis
2. Systemic Risk and the crisis
3. Monetary Policy when interest rates are close to zero

## Methodology

---

- Theoretical classes: power-point
- Classes on economic models (blackboard): analytical content and graphs
- Importance of class participation
- Basic algebra, calculus needed
- Relational analysis of models / concepts and current / historical events
- It is key to study up-to-date. It is not about memorizing, but understanding. We will do reviews at the end of each section in order to fix ideas and concepts.



## Grading

---

- Class Participation 15%

- Project 30%

- Final Exam 55%

Re-take Grading:

- Class Participation 15%

- Project 30%

- Extraordinary Exam 55%



## Basic Bibliography

---

- F.S. MISHKIN: The Economics of Money, Banking and Financial Markets (International Edition). Sixth Edition Update. Addison Wesley, 2003.

- R. GLENN HUBBARD: Money, the Financial System and the Economy. 4<sup>th</sup> Edition. Addison Wesley, 2001.



## Project

---

See Project\_guide.pdf (in documents)



## Responsabilidad Social Corporativa (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[DATOS GENERALES](#)

[PRESENTACIÓN](#)

[OBJETIVOS](#)

[METODOLOGÍA](#)

[DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO](#)

[EVALUACIÓN](#)

[PROGRAMA](#)

[CRONOGRAMA](#)

[PLAN DE CLASES](#)

[BIBLIOGRAFÍA](#)

[ATENCIÓN AL ALUMNO](#)



## DATOS GENERALES

---

- **Nombre de la asignatura:**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- **Facultad:**CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
- **Departamento:**EMPRESA
- **Titulación:**GRADOS ADE y ECO
- **Curso, semestre:**Segundo semestre
- **Horario, aula:** 3 horas semanales; Aula \_; Edificio Ciencias de la Comunicación
- **Duración (trimestral, anual):**TRIMESTRAL
- **Número de ECTS:**6
- **Requisitos (haber cursado):**NINGUNO
- **Tipo de asignatura (troncal, obligatoria, optativa, etc.):**OPTATIVA
- **Idioma en que se imparte:**ESPAÑOL
- **Profesor que la imparte:** Miguel Ángel Prieto [maprieto@unav.es](mailto:maprieto@unav.es)



## PRESENTACIÓN

---

Esta asignatura tiene por objeto introducir al alumno en el concepto y dimensiones de la RSC como herramienta de gestión para un modelo de empresa responsable, sostenible y menos economicista. Mediante el análisis teórico y práctico de las actividades que la empresa realiza a lo largo de la cadena de valor en los ámbitos económico, social y medioambiental, el alumno adquirirá los conocimientos imprescindibles que requiere la puesta en marcha de una estrategia de RSC y comprenderá la necesidad de enfocar las estrategias y políticas de la empresa hacia criterios de RSC para aumentar su competitividad, su rentabilidad y garantizar su existencia en el tiempo.

## OBJETIVOS

---

### **Objetivos de Competencias y habilidades propias de la asignatura que el alumno debe desarrollar**

- Conocer las implicaciones que la RSC supone de cara a la gestión y a las relaciones de la empresa con la sociedad.
- Adquirir conciencia de la relevancia de la gestión de las necesidades y expectativas de los grupos de interés y su importancia en el desarrollo de las actividades de la organización.
- Analizar y valorar la trascendencia social de las decisiones empresariales: el buen gobierno, la contratación, la diversidad, la gestión del riesgo social, reputacional y ambiental, la política de comunicación, la inversión social...
- Profundizar en un modelo de empresa más humanista y solidaria.
- Colaborar desde la empresa en la búsqueda del progreso social y el bien común.

### **Objetivos de Competencias y habilidades propias del título que el alumno debe desarrollar**

- Profundizar en las dimensiones social y ambiental de la empresa, así como en la importancia de la labor del directivo y del buen gobierno corporativo.
- Aprender a incorporar a cualquier empresa u organización criterios de RSC.
- Aprender a orientar la organización hacia esos criterios y transmitir esta cultura al resto de integrantes de la organización.
- Obtener una visión sobre las principales actuaciones que se pueden realizar en materia de RSC en los ámbitos externo e interno de la empresa.
- Conocer las principales iniciativas nacionales e internacionales en la materia, las diferentes metodologías para la gestión de la RSC, así como los principales índices y sistemas de medición de la sostenibilidad empresarial
- Aprender a planificar el trabajo y a gestionar de forma adecuada el tiempo para la realización de las tareas encomendadas. Aprender a exponer, defender y argumentar sus ideas.
- Aprender a trabajar en equipo



## METODOLOGÍA

---

- Estudio de 12 temas referidos al gobierno de la empresa y a la gestión empresarial, a la consideración de sus políticas y decisiones estratégicas desde un punto de vista socialmente responsable y los efectos de aquellas sobre los principales grupos de interés.
- Lectura de la bibliografía que se requiera para cada uno de los temas tratados.
- Lectura y preparación de los casos indicados por el profesor para su discusión posterior en clase.
- Realización de 4 cuestionarios tipo test sobre cuestiones expuestas en clase por el profesor.
- Preparación y exposición en grupo de un caso de responsabilidad social empresarial.
- Realización del examen final.





## DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO

---

La asignatura supone 6 créditos ECTS; cada uno de los cuales se corresponde con 25 horas de trabajo del alumno.

La distribución de las 150 horas de trabajo se realizará de la siguiente manera:

- 60 horas de clase presenciales, 20 de las cuales serán de teoría y 40 de práctica. Se exigirá al alumno la asistencia puntual y la lectura y trabajo previos de la bibliografía, así como la participación activa en el debate de los casos propuestos por el profesor.
- 45 horas de estudio personal por parte del alumno.
- 30 horas destinadas a la lectura, consulta y visionado del material -bibliográfico y/o videográfico- facilitado por el profesor.
- 10 horas de trabajo en grupo para la preparación de la exposición en clase.
- 2 horas para la realización de los cuatro cuestionarios.
- 3 horas para el examen final.

## EVALUACIÓN

---

- La asignatura será objeto de evaluación continuada durante el semestre (asistencia a clase del alumno, participación en los debates y resolución correcta de los casos entregados por el profesor).
- Del 100% de la nota, un 60% corresponde al examen final, un 20% a los cuestionarios prácticos que se realizarán en clase y otro 20% al trabajo en grupo y a la exposición correspondiente.
- Para la convocatoria de recuperación se conservarán, en el supuesto de estar aprobados, las calificaciones de los cuestionarios y del trabajo en grupo.

Ø **Ejercicios obligatorios** (4 ejercicios): El profesor, durante algunas de las sesiones, distribuirá entre los alumnos cuestionarios breves sobre el tema que se haya expuesto en esa misma clase o anteriores. Los ejercicios deberán ser escritos a mano por el alumno -los ejercicios ilegibles no obtendrán calificación positiva- y se entregarán al finalizar la sesión. El máximo de puntos que aportarán los ejercicios es de 2 puntos.

### Ø **Trabajo en grupo.**

Los alumnos, en grupos de tres o cuatro, podrán realizar fuera del horario de clase un trabajo sobre alguno de los temas propuestos por el profesor.

Los trabajos tendrán que ser presentados ante la clase por todos los alumnos que componen grupo.

Todos los alumnos del grupo obtendrán la misma calificación, hasta un máximo de 2 puntos.

Los trabajos se entregarán por escrito al profesor a través del correo electrónico, en la fecha señalada.

### Ø **Examen extraordinario**

Los alumnos que no obtengan el aprobado mediante la realización del examen final y los ejercicios señalados anteriormente, podrán presentarse al examen extraordinario. Éste será de estructura similar al examen final (4 preguntas)

## PROGRAMA

---

### **Tema 1. La Responsabilidad Social como nueva forma de gestión de la empresa**

1. Concepción tradicional de la empresa
2. El cambio de paradigma empresarial: la empresa responsable y sostenible
3. Principales retos económicos, sociales y medioambientales
4. Responsabilidad Social Corporativa: concepto

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 2. Principales iniciativas nacionales e internacionales en RSC**

1. Pacto Mundial, Principios de la OIT, Directrices de la OCDE, Libro Verde de la Unión Europea.
2. Iniciativas de la Administración pública (nacional y autonómica)
3. Iniciativas del sector privado (fundaciones, asociaciones y clubes)

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 3. Gobierno de la empresa y RSC**

1. Buen Gobierno Corporativo (antecedentes, concepto, estructura)
2. El Buen Gobierno en España (Código Olivencia, Informe Aldama, Código unificado de la CNMV)
3. Códigos de conducta

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 4. Informes de Sostenibilidad**

1. Estructura y contenido
2. Proceso de elaboración y verificación
3. Principales estándares (Global Reporting Initiative (GRI), Accountability 1000 (AA1000) e ISO 26001)

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 5. Gestión de la RSC. Los grupos de interés**

1. Identificación, segmentación y priorización
2. Análisis de expectativas
3. Diálogo y comunicación
4. Principales grupos de interés (accionistas, empleados, clientes y proveedores)

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 6. Gestión de la RSC. La gestión responsable de los RR.HH.**

1. El talento, sistemas de retención y fidelización
2. Gestión de la diversidad. Inclusión de colectivos desfavorecidos.
3. Beneficios sociales. Políticas de igualdad
4. Salud y seguridad laboral

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 7. Gestión de la RSC. Los proveedores**

1. Extensión de la RSC a la cadena de valor. Homologación y evaluación de proveedores.
2. Compra responsable
3. Comercio justo

Caso y lectura recomendadas

### **Tema 8. Gestión de la RSC. Los clientes**

1. Innovación responsable
2. Variables éticas y ambientales en los productos y servicios
3. Seguridad del cliente

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 9. Gestión de la RSC. La acción social de la empresa**

1. Patrocinio, mecenazgo y marketing social
2. La relación de la empresa con el Tercer Sector
3. Retos sociales de la empresa

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 10. Gestión de la RSC. La gestión ambiental de la empresa**

1. Impacto de la actividad empresarial en el medio ambiente
2. Ecoeficiencia
3. Riesgo ambiental
4. Sistema de Gestión Ambiental

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 11. Gestión de la RSC. La comunicación de la RSC**

1. Valores que definen a la empresa.
2. Reputación y liderazgo.
3. Comunicación externa e interna

Caso y lectura recomendadas.

### **Tema 12. La Inversión Socialmente Responsable**

1. Antecedentes y evolución histórica
2. Principales productos
3. Spainsif: Foro español de la ISR

Caso y lectura recomendadas.



## **CRONOGRAMA**

---

Cada sesión se compone de 3 horas. Al ser 60 las horas presenciales, hay 20 sesiones.



## PLAN DE CLASES

---

En cada sesión se alternarán la exposición teórica por parte del profesor con el debate y resolución de los casos prácticos que, con carácter previo, se hayan encomendado a los alumnos.



## BIBLIOGRAFÍA

---

El seguimiento adecuado del temario de la asignatura requerirá - además de las correspondientes presentaciones del profesor durante las clases- de la lectura de diferentes textos (libros, artículos y noticias de prensa, informes empresariales, etc;).

Las lecturas podrán ser de carácter obligatorio -necesarias para aprobar la asignatura- u opcionales (recomendables para ampliar el conocimiento en el tema de que se trate).

1.- Lecturas obligatorias (pendiente)

2.- Lecturas opcionales (pendiente)



## Recursos Humanos (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Competencias](#)

[Contenidos](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)

[Horario de atención](#)

[Cronograma](#)



## Presentación

---

Duración: segundo cuatrimestre

Créditos ECTS: 6

Segundo semestre: optativa

Profesores:

- Dra. Dña. Mónica Recalde: [mrecaldev@unav.es](mailto:mrecaldev@unav.es) (Profesora responsable)

- Dr. D. Xavier Oliver: [xoliver@unav.es](mailto:xoliver@unav.es)

Departamento: Empresa

Grado: Administración y Dirección de Empresas

Facultad: Económicas y Empresariales

Idioma: Español

Horario: jueves de 9-12 horas. Aula 8.

Recursos Humanos analiza la función de dirección de personas en las organizaciones. A continuación se desarrollan brevemente los objetivos en cuanto a contenidos.

- Liderazgo y gestión de personas
- Prácticas de recursos humanos: cómo unir las competencias individuales con las capacidades organizacionales
- Comprender el comportamiento humano en la organización
- Principios de motivación
- La comunicación como instrumento de trabajo
- Herramientas de gestión para el desarrollo y dirección de equipos de trabajo

## Competencias

---

### Transversales:

- Motivación y superación
- Capacidad de trabajo en equipo
- Planificación de tareas y gestión del tiempo
- Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos empresariales

### Específicas:

- Entender el concepto de Estrategia en el ámbito de una empresa
- Desarrollar casos prácticos
- Capacidad de plantearse y responder preguntas relevantes sobre cuestiones relacionadas con Administración de Empresas con una visión global de los conocimientos adquiridos

## Contenidos

---

**Tema 1. Introducción.** De la función de recursos humanos a la dirección de personas. Desarrollo histórico, perfiles profesionales y competencias del director de recursos humanos. Conceptos básicos.

**Tema 2. Liderazgo de dirección de personas y habilidades.** La ideología y cultura organizacional como catalizador, gestión del cambio, necesidades-satisfacción y conflictos.

**Tema 3. Gestión del conocimiento organizacional.** Estimular la innovación y formación dentro de la empresa. Necesidades y tipología.

**Tema 4. El liderazgo relacional y su influencia en la gestión de las personas.** La comunicación en el ámbito interno de las organizaciones, el arte de escuchar a los empleados.

**Tema 5. Procesos de selección del personal.** Análisis de los puestos de trabajo, preparación, etapas y técnicas e instrumentos de recogida de información.

**Tema 6. Principios de evaluación de personas.** Problemas frecuentes, objetivos y criterios de evaluación.

**Tema 7. El trabajo en equipo en las organizaciones.** Análisis de problemas y toma de decisiones, instrumentos de coordinación y efectividad.



## Metodología

---

- Lectura de bibliografía obligatoria correspondiente a los distintos temas
- Discusión de casos en clase
- Prácticas individuales y en grupo
  - Clases: 60 horas
  - Casos, preparación y discusión: 21 horas
  - Estudio: 49 horas
  - Lectura: 10 horas
  - Trabajos en grupo: 10 horas
  - Total: 150 horas trabajo del alumno

## Evaluación

---

La nota final dependerá de cuatro partes:

1. Asistencia a clases teóricas, discusión de casos. Cada falta de asistencia reducirá en 0,2 puntos la nota final.
2. Asistencia a las conferencias de profesionales. Cada falta de asistencia reducirá en 0,5 puntos la nota final.
3. Participación en clase 30 %. Se valoran cuestiones como calidad de la intervención, capacidad de desarrollar una argumentación coherente y claridad en la exposición.
4. Notas de los ejercicios individuales y de grupo 70%



## Bibliografía

---

**Fish. Lundin, S. Empresa Activa.**

**Qué persona para qué puesto: el método de la entrevista estratégica para seleccionar a los mejores / Richaard Camp, Mary E. Vielhaber, Jack L. Simoneti ; [traducción, Germán Orbezo. Bilbao : Ediciones Deusto, D.L. 2002.**

**Comunicación interna en la práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo / Manuel Tessi. Buenos Aires, Argentina : Granica, 2012.**



## Horario de atención

---

Viernes: 9-11 h (cita previa por email) 2210.

## Cronograma

---

**8 enero-** Tema 1: introducción. Mónica (3h)

**15 enero-***Caso 1: situación de crisis. Xavier (1:30´)*. Tema 2: liderazgo de dirección de personas y habilidades. Mónica (1:30´)

**22 enero-** Tema 2: Liderazgo de dirección de personas y habilidades. Mónica (3h)

**29 enero-***Caso 2: ideología, cultura corporativa y personas. Xavier (1:30´)*. Tema 3: Gestión del conocimiento y formación organizacional. Mónica (1:30´)

**5 febrero-** Tema 3: Gestión del conocimiento organizacional. Mónica (3h)

**12 febrero-***Caso 3: innovación. Xavier (1:30´)*. Tema 4. El liderazgo relacional y su influencia en la gestión de las personas. Mónica. (1:30´)

**19 febrero-** Tema 4. El liderazgo relacional. Mónica (3h)

**26 febrero-***Caso 4: comunicación interna. Xavier (1:30´)*. Tema 5: Procesos de selección del personal. Mónica (1:30´)

**5 marzo-** Tema 5: Procesos de selección del personal. Mónica (3h)

**12 marzo-***Caso 5: Joss Riera. Proceso de selección. Xavier (1:30´)*. Tema 6: Principios de evaluación de personas. Mónica (1:30´)

**19 marzo-** Tema 6: Principios de evaluación de personas. Mónica (3h)

**26 marzo-***Caso 6: evaluación del desempeño. Xavier. (1:30´)*. Tema 7: El trabajo en equipo en las organizaciones. Mónica (1:30´)

**2 abril-** Tema 7: El trabajo en equipo en las organizaciones. Mónica (1:30´). *Caso 7: gestión de equipos. Xavier (1:30´)*

**9 abril-** Discusión final. Mónica. (3h).





## Recursos Humanos (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Competencias](#)

[Contenidos](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)

[Horario de atención](#)

[Cronograma](#)

## Presentación

---

Duración: segundo cuatrimestre

Créditos ECTS: 6

Segundo semestre: optativa

Profesores:

- Dra. Dña. Mónica Recalde: [mrecaldev@unav.es](mailto:mrecaldev@unav.es) (Profesora responsable)

- Dr. D. Xavier Oliver: [xoliver@unav.es](mailto:xoliver@unav.es)

Departamento: Empresa

Grado: Administración y Dirección de Empresas

Facultad: Económicas y Empresariales

Idioma: Español

Horario: jueves de 9-12 horas. Aula 8.

Recursos Humanos analiza la función de dirección de personas en las organizaciones. A continuación se desarrollan brevemente los objetivos en cuanto a contenidos.

- Liderazgo y gestión de personas
- Prácticas de recursos humanos: cómo unir las competencias individuales con las capacidades organizacionales
- Comprender el comportamiento humano en la organización
- Principios de motivación
- La comunicación como instrumento de trabajo
- Herramientas de gestión para el desarrollo y dirección de equipos de trabajo

## Competencias

---

### Transversales:

- Motivación y superación
- Capacidad de trabajo en equipo
- Planificación de tareas y gestión del tiempo
- Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos empresariales

### Específicas:

- Entender el concepto de Estrategia en el ámbito de una empresa
- Desarrollar casos prácticos
- Capacidad de plantearse y responder preguntas relevantes sobre cuestiones relacionadas con Administración de Empresas con una visión global de los conocimientos adquiridos

## Contenidos

---

**Tema 1. Introducción.** De la función de recursos humanos a la dirección de personas. Desarrollo histórico, perfiles profesionales y competencias del director de recursos humanos. Conceptos básicos.

**Tema 2. Liderazgo de dirección de personas y habilidades.** La ideología y cultura organizacional como catalizador, gestión del cambio, necesidades-satisfacción y conflictos.

**Tema 3. Gestión del conocimiento organizacional.** Estimular la innovación y formación dentro de la empresa. Necesidades y tipología.

**Tema 4. El liderazgo relacional y su influencia en la gestión de las personas.** La comunicación en el ámbito interno de las organizaciones, el arte de escuchar a los empleados.

**Tema 5. Procesos de selección del personal.** Análisis de los puestos de trabajo, preparación, etapas y técnicas e instrumentos de recogida de información.

**Tema 6. Principios de evaluación de personas.** Problemas frecuentes, objetivos y criterios de evaluación.

**Tema 7. El trabajo en equipo en las organizaciones.** Análisis de problemas y toma de decisiones, instrumentos de coordinación y efectividad.



## Metodología

---

- Lectura de bibliografía obligatoria correspondiente a los distintos temas
- Discusión de casos en clase
- Prácticas individuales y en grupo
  - Clases: 60 horas
  - Casos, preparación y discusión: 21 horas
  - Estudio: 49 horas
  - Lectura: 10 horas
  - Trabajos en grupo: 10 horas
  - Total: 150 horas trabajo del alumno

## Evaluación

---

La nota final dependerá de cuatro partes:

1. Asistencia a clases teóricas, discusión de casos. Cada falta de asistencia reducirá en 0,2 puntos la nota final.
2. Asistencia a las conferencias de profesionales. Cada falta de asistencia reducirá en 0,5 puntos la nota final.
3. Participación en clase 30 %. Se valoran cuestiones como calidad de la intervención, capacidad de desarrollar una argumentación coherente y claridad en la exposición.
4. Notas de los ejercicios individuales y de grupo 70%



## Bibliografía

---

**Fish. Lundin, S. Empresa Activa.**

**Qué persona para qué puesto: el método de la entrevista estratégica para seleccionar a los mejores / Richaard Camp, Mary E. Vielhaber, Jack L. Simoneti ; [traducción, Germán Orbezo. Bilbao : Ediciones Deusto, D.L. 2002.**

**Comunicación interna en la práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo / Manuel Tessi. Buenos Aires, Argentina : Granica, 2012.**



## Horario de atención

---

Viernes: 9-11 h (cita previa por email) 2210.



## Cronograma

---

**8 enero-** Tema 1: introducción. Mónica (3h)

**15 enero-***Caso 1: situación de crisis. Xavier (1:30´)*. Tema 2: liderazgo de dirección de personas y habilidades. Mónica (1:30´)

**22 enero-** Tema 2: Liderazgo de dirección de personas y habilidades. Mónica (3h)

**29 enero-***Caso 2: ideología, cultura corporativa y personas. Xavier (1:30´)*. Tema 3: Gestión del conocimiento y formación organizacional. Mónica (1:30´)

**5 febrero-** Tema 3: Gestión del conocimiento organizacional. Mónica (3h)

**12 febrero-***Caso 3: innovación. Xavier (1:30´)*. Tema 4. El liderazgo relacional y su influencia en la gestión de las personas. Mónica. (1:30´)

**19 febrero-** Tema 4. El liderazgo relacional. Mónica (3h)

**26 febrero-***Caso 4: comunicación interna. Xavier (1:30´)*. Tema 5: Procesos de selección del personal. Mónica (1:30´)

**5 marzo-** Tema 5: Procesos de selección del personal. Mónica (3h)

**12 marzo-***Caso 5: Joss Riera. Proceso de selección. Xavier (1:30´)*. Tema 6: Principios de evaluación de personas. Mónica (1:30´)

**19 marzo-** Tema 6: Principios de evaluación de personas. Mónica (3h)

**26 marzo-***Caso 6: evaluación del desempeño. Xavier. (1:30´)*. Tema 7: El trabajo en equipo en las organizaciones. Mónica (1:30´)

**2 abril-** Tema 7: El trabajo en equipo en las organizaciones. Mónica (1:30´). *Caso 7: gestión de equipos. Xavier (1:30´)*

**9 abril-** Discusión final. Mónica. (3h).



## Seminars in Advanced Finance II (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[PRESENTATION](#)

[PROGRAM](#)

[OBJECTIVES](#)

[EVALUATION](#)

[PREREQUISITES](#)

[METHODOLOGY](#)

[REFERENCES](#)



## PRESENTATION

---

Name of Professor: Dr. Christine Brigitte Kaufmann

Home University: University of Mannheim (Germany)

Course title: Seminars in advanced Finance II: Consumer Finance

Credits: 3 ECTS

Semester: Spring

Date of the course: January, 8th-24th

This is an intensive seminar which will be taught by an international professor approximately during three weeks and between 2-3 hours per day likely from 2-4 pm.

## PROGRAM

---

The course gives an introduction to the field of consumer finance, which covers the use of financial instruments by private households. Financial decision making is among the most important but also the most complex problems individuals face these days. Topics include both investing decisions and credit decision of consumers, highlighting several influencing variables such as cognitive abilities, financial literacy, age, and experience. Another emphasis will be on retirement savings with coverage of savings programs, annuities and retirement consumption. Finally the interaction of the consumer with his peers and financial intermediaries such as advisors will be discussed.

Main topics are

- Financial decision making around the world
- Determinants of financial decision making
- Stock market participation
- Social interaction
- Investor Experience
- Mutual fund investments
- Credit decisions
- Retirement Savings
- Financial Advice

Cultural Effects



## OBJECTIVES

---

The course aims at giving students an overview of the research field of consumer finance both with regards to current research topics and methodology used.



## EVALUATION

---

Grading for the course is determined by a final 90 minutes exam.



## PREREQUISITES

---

Students are assumed to have undergraduate level knowledge of economics. Some basic econometric skills are helpful (but not necessary) to understand empirical research conducted in the research papers, which the courses content is based on. A sufficient level of spoken and written English language skills is necessary. In preparation for the course the two core readings (see below) should be read by students as a previous coursework.



## METHODOLOGY

---

Lecture: Traditional classroom setting accompanied by interactive parts like pencil and paper based quizzes which will be evaluated on an aggregated anonymous level in class to replicate studies from the literature, which cover typical financial mistakes made by households in their financial decision making. Students will get some take home tasks which should be prepared for the course. The solutions will be discussed in class.



## REFERENCES

---

Core Readings (previous coursework)

Campbell (2006): Household Finance, *Journal of Finance*, 61(4), 1553-1604. Tufano (2009): Consumer Finance, *Annual Review of Financial Economics*, 1, 227-247. Further Readings

Agarwal and Mazumder (2001): Cognitive Ability and Household Financial Decision

Making, Working Paper.

Bhattacharya, Hackethal, Kaesler, Loos, and Meyer (2012): Can Unbiased Financial

Advice Steer Retail Investors towards Efficient Portfolios? Answers from a Large

Field Study, *Review of Financial Studies*, forthcoming.

Benartzi / Thaler (1995): Myopic loss aversion and the equity premium puzzle, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 110, 73-92.

Benartzi and Thaler (2004): Save More Tomorrow: Using Behavioral

Economics to Increase Employee Saving, *Journal of Political Economy*, Vol. 112(S1), S164-S187

Hong/Kubik/Stein (2004): Social Interaction and Stock Market Participation, *Journal of Finance*, 59(1), 137-163

Kaustia/Knüpfer (2008): Do Investors Overweight Personal Experience? Evidence from IPO Subscriptions, *Journal of Finance*, 63(6), 2679-2702.

Scharfstein and Stein (1990): Herd Behavior and Investment, *the American Economic Review*, 80 (3), 465-479.

Sirri and Tufano (1998): Costly Search and Mutual Fund Flows, *The Journal of Finance*, 53, 1589-1622



## Sport and Brands (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Sport and Brands](#)

[Objectives](#)

[Syllabus](#)

[Evaluation](#)

[Assignments](#)

## Sport and Brands

---

Academic Year 2013/14

Spring Semester (January-May 2014)

This is an optional course for Grado studies (Bolonia program) and for exchange students

Professor: Francesc Pujol

Optional Course

3rd/4th year course.

Language of instruction. English (Advanced Active English knowledge required)

Credits: 3 ECTS

Semester: Spring Semester 2014.

Teaching Hours: TBA (2 hours per week)

Classroom : TBA

Students Receiving Hours: TBA



## Objectives

---

In Sport and Brands we will provide a business and economic analysis of professional sports, as well as the economic lessons we can obtain from analyzing the organization and behaviour of sport competitions. The focus of this subject is mainly oriented business related issues, like sponsorship and branding. We will concentrate our analysis in leading sport competitions and sport events mainly from an European perspective.

## Syllabus

---

1. Sport as Business: Local vs Global Brands
2. Sources of brand power of sport brands
3. Sponsorship as Co-Branding
4. Sport Brands & the Social Media
5. Sport and City/Country Image/Brand
6. Branding Strategies with Sports
7. Intangible Assets in Sport Business
8. Corruption in Sports: Doping

## Evaluation

---

80% oral and written presentations during the semester. Thus, class attendance is required to pass the course.

20% Final exam (May 2014).

Retake exam, if failed (June 2014)

70% oral and written presentations during the semester in class.

30% Final exam.

If students do not present the assignments during the semester is quite impossible to pass the course in the retake session, as final exam counts 30% and it is not possible to redo the assignments after the course ends, as assignments require presenting them in front of the class.



## Sistemas de Información (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentación](#)

[Datos generales](#)

[Programa](#)

[Evaluación](#)

## Presentación

---

La asignatura está estructurada en dos partes:

- El objetivo de la primera parte es el conocimiento y discusión de casos prácticos del IESE en donde se analizan experiencias sobre el análisis, diseño e implantación de sistemas de información.
- En la segunda parte, se profundizará en el conocimiento específico de un sistema de gestión empresarial: Openbravo ERP. Se practicará sobre el mismo en áreas de la gestión de una empresa como son: la contabilidad financiera, la gestión de cobros y pagos, la gestión comercial o la gestión de Compras, entre otras.

La primera parte de la asignatura consistirá en sesiones dónde se utilizará la metodología del caso. En la segunda parte se profundizará en el conocimiento y manejo del ERP Openbravo. Las sesiones alternarán exposiciones teóricas sobre la funcionalidad del sistema en cada uno de los módulos empresariales, seguidas de una parte de ejercicios en la que el alumno deberá poner en práctica lo aprendido anteriormente

Esta asignatura se imparte por los profesores:

Ramón Aguinaga ([maguinaga@openbravo.com](mailto:maguinaga@openbravo.com))

Diego Pascal ([diegopascalj@gmail.com](mailto:diegopascalj@gmail.com))



## Datos generales

---

Créditos ECTS: 6

Titulaciones en las que se imparte: tercer y cuarto curso de los Grados de Administración de Empresas y Economía.

Perfil: Dirección de Negocios.

Módulo: Organización y Dirección de Negocios.

Materia: Organización y Producción.

Departamento: Empresa.

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales.

Tipo de asignatura: Optativa para los grados de ADE y de Economía.

## Programa

---

### SESION 1:

#### **Introducción a la asignatura y Caso de discusión: Too Old to Learn?**

Caso introductorio para la metodología de discusión con el método del caso. Preguntas:

- ¿Qué harías si fueras Luis? ¿Con quién te quedas, con Eduardo o con Ramón?
- ¿Apostarías por Internet en este tipo de negocio?
- ¿Qué consecuencias trae consigo apostar por Internet?

### SESIÓN 2:

#### **Caso de discusión: Readers Inn.**

- ¿Cuáles son las diferencias entre una tienda de libros convencional y una virtual?
- ¿Cuáles son los pros y los contras de poner una web en Internet?
- Si Internet mantiene su ritmo actual de crecimiento, ¿cuáles son los estadios de evolución más probables para la industria de la distribución editorial?
- ¿Invertirías en el club virtual del libro? ¿Emplearías el mismo nombre de empresa y canales de distribución?
- ¿Qué decisiones de las que plantea el caso adoptarías? Justifica tu respuesta.

### SESIÓN 3:

#### **Caso de discusión: Revolución en la Industria Musical**

- ¿Cuáles son los principales cambios acaecidos en los últimos tiempos en la industria discográfica?
- ¿Cuáles son los motivos que los han ocasionado y las consecuencias que están generando?
- ¿Qué modelo de negocio crees que será el resultante en un futuro?
- ¿Qué poder crees que van a tener los artistas en el futuro modelo? ¿Cómo y cuál crees que será su relación con el sector?
- ¿Te parece un negocio atractivo?

### SESION 4:

#### **Habrà 2 casos que analizar**

#### **Caso de discusión: Mrs. Fields**

- ¿Cuáles son las claves del éxito de Mrs. Fields?
- ¿Qué busca Randy Fields al implantar un sistema como el que tienen actualmente?
- ¿Qué peligros tiene el sistema?
- ¿Por qué falló el sistema con La Petit Bulangeri?

#### **Caso de discusión: J.C.Penney**

- ¿Qué opinión te merece el nuevo sistema?
- ¿Acabará el nuevo sistema con puestos de trabajo?

- ¿Compensa el nuevo sistema en relación a los inconvenientes que conlleva?
- ¿Cómo evolucionará el sector textil con los nuevos sistemas de información?

## **SESIÓN 5:**

### **Caso de discusión: American Crown**

Proceso de puesta en marcha de soluciones de Sistemas de Información. Preguntas:

- Analiza el proceso seguido en American Crown a la hora de introducir los HHC's (Hand Held Computers) en la fuerza de ventas para organizar la situación de la compañía. ¿Por qué se introdujeron?
- Prepara una propuesta concreta para organizar la situación, justificando cada acción que propongas.

### **Programación de sesiones. Openbravo.**

**Sesión 1:** Introducción a los ERP's; Qué es un ERP. Qué es Openbravo ERP. Presentación de compañía y de modelo de negocio. Objetivos y beneficios para la empresa del uso de un ERP.

1.
  - Automatización de procesos
  - Dato único
  - Información integrada

**Sesión 2:** Introducción a Openbravo 3 - Interfaz de usuario y Datos maestros. Configuración

1.
  - Menú
  - Ventanas, solapas y campos.
  - Grid
  - Edición de registros.
  - Barra de herramientas
  - Widgets
  - Roles, permiso de acceso a la información
  - Terceros y productos
  - Tarifas
  - Bancos
  - Conceptos contables
  - Impuestos
  - Plan de cuentas
  - Organizaciones. Multiempresa

**Sesión 3:** Proceso de compras. De pedido de proveedor hasta factura recibida.

1.
  - Pedido, albarán.
  - Factura. Asiento contable.
  - Informes

**Sesión 4:** Proceso de ventas. De pedido de cliente a factura emitida.

1.
  - Pedido, albarán.
  - Factura. Asiento contable.
  - Informes
  - CRM: gestión activa de clientes
  - Gestión de comerciales, comisiones...

- POS, Comercio electrónico..

**Sesión 5:** Procesos de almacén.

1.
  - Generación de costes
  - Almacenes, huecos.
  - Movimientos entre almacenes. Inventario Físico.
  - Informes.

**Sesión 6:** Gestión de cobros y pagos. Extractos bancarios. Gestión de activos. Amortizaciones

1.
  - Pago/Cobro de facturas.
  - Conceptos contables.
  - Remesas
  - Categorías de activos.
  - Tipos de amortización. Plan de amortización.

**Sesión 7:** Gestión de Contabilidad e Informes contables.

1.
  - Apuntes. Cuentas. Debe y haber.
  - Contabilización.
  - Diario de asientos.
  - Libro mayor.
  - Sumas y saldos
  - Pérdidas y ganancias
  - Balance de situación.
  - BI: cuadro de mando + Indicadores de negocio.

**Sesión 8:** Ejercicio práctico final sobre todos los módulos vistos.



## Evaluación

---

- El alumno será objeto de evaluación continua durante el trimestre, valorándose sus participaciones en la discusión de los casos teóricos, así como su resolución de los ejercicios prácticos sobre Openbravo.
- Del 100% de la nota, un 50% corresponde a las participaciones en clase durante la discusión de los casos y el otro 50% a la resolución de los ejercicios prácticos que sobre el uso del sistema Openbravo se solicitarán a los alumnos.
- Para la convocatoria de recuperación se examinará al alumno de un caso teórico que deberá responder por escrito y de un ejercicio práctico sobre el uso del sistema Openbravo.