



Dirección Financiera II (2011-2012)

[1. CARACTERISTICAS DE LA ASIGNATURA](#)

[2 OBJETIVO](#)

[3. COMPETENCIAS](#)

[4. CONTENIDO](#)

[5 DESARROLLO DEL PROGRAMA](#)

[6 EVALUACION](#)

[7. BIBLIOGRAFIA](#)



1. CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA

- **Número estimado de créditos ECTS:**6 El alumno tendrá una carga real aproximada de entre 160 y 180 horas de trabajo, en las que se incluye, además de las clases presenciales, el tiempo dedicado al estudio, la búsqueda de información, la realización del trabajo, etc.
- **Conocimientos requeridos:** Conocimientos de matemáticas financieras, estadística y contabilidad básica, conceptos elementales de micro y macroeconomía
- **Idioma:** esta asignatura se imparte en castellano para LADE y para el grupo de la Doble
- **Profesores:** **Roberto Zarza del Barrio** (rzardel@alumni.unav.es) y **Ricardo Pérez Merino**.
- **Horario de atención de alumnos:** Ponerse en contacto con los profesores a través de su correo electrónico o en las clases.
- **Horarios de clases:** las clases se han agrupado en un bloque semanal de 4 horas lectivas (2 + 2) semanales. Cada semana habrá espacio para explicaciones, lectura y debate de artículos, presentaciones de los alumnos, resolución de problemas y otras actividades que requieren la participación activa de los alumnos. Esto, lógicamente, hace que debamos ser flexibles en el modo en que organizamos el tiempo cada semana.

2 OBJETIVO

Durante la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

- **Analizar** financieramente **una empresa** mediante la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y el Balance de Situación. Tomar **decisiones** para mejorar la rentabilidad y los resultados. **Realizar previsiones** sobre la evolución de una empresa.
- **Valorar proyectos de inversión** en función de sus perspectivas y su riesgo. Decidir en qué proyectos debe invertir la empresa.
- Decidir la mejor **estructura de capital** posible para la empresa, es decir, cómo financiarse: con deuda, con fondos propios o con ambos y en qué proporción.
- **Valorar** económicamente una empresa mediante los principales métodos de valoración existentes.



3. COMPETENCIAS

- **Competencias transversales**

Desarrollo del razonamiento lógico

Capacidad de análisis y síntesis de los problemas abordados.

Capacidad de trabajo y sentido del esfuerzo.

Visión interdisciplinar de los problemas económicos.

- **Competencias específicas**

Analizar mediante casos reales diferentes situaciones económicas y financieras de una empresa y su proyección futura.

Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones.



4. CONTENIDO

Tema 0. Repaso de conceptos previos y recomendaciones generales. (Tema muy importante).

Tema 1. Las Finanzas en la Empresa. Análisis y previsión de una empresa mediante los estados financieros fundamentales.

Tema 2. Análisis y Gestión de Proyectos de Inversión.

Tema 3. Estructura óptima de Capital.

Tema 4. Valoración de empresas

5 DESARROLLO DEL PROGRAMA

Esta asignatura se desarrollará mediante clases teóricas y clases prácticas.

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

- **Trabajo previo:** Para cada tema, el alumno deberá traer leído la materia teórica correspondiente y traer bien trabajados los posibles ejercicios o artículos. En ADI o en reprografía se dejará todo este material con antelación suficiente
- **Clases:** Las explicaciones de cada tema se centrarán en los aspectos que el profesor considera más importantes y de mayor dificultad de comprensión. No obstante, **todos** los contenidos de las lecturas requeridas, materiales docentes de cada tema, supuestos, etc. son materia de la asignatura y, por tanto, de examen

A medida que se avance en el desarrollo del programa se entregarán ejercicios de cada tema, bien en formato papel o vía ADI.

TODO lo que se vea en clase (temario, artículos, ponencias....) será materia de examen

La asistencia a clase NO es obligatoria (si bien es altamente recomendable)



6 EVALUACION

Se seguirá un sistema de evaluación continua, en el que se valora el trabajo continuo y la participación activa en clase.

Habrán dos exámenes (un parcial y un final). En cada examen la materia es acumulativa y nunca liberatoria. Los exámenes tendrán preguntas tipo test, preguntas cortas y alguna pregunta de desarrollo.

La **calificación final de la asignatura** se obtendrá de acuerdo con las siguientes ponderaciones:

- **Examen parcial:** 20%. Se realizará en el horario de clases.
- **Examen final:** 60%. Este examen tendrá lugar en la fecha asignada por la Facultad.
- **Trabajo práctico (a definir en clase) :** 20%
- Asistencia y participación en clase: 10% adicional sobre la nota final.

ANEXO:

Para el desarrollo de esta asignatura es imprescindible el manejo con soltura de una calculadora financiera. Es muy recomendable dedicar algo de tiempo a conocer su funcionamiento.

7. BIBLIOGRAFIA

Se colgará en ADI de forma constante la documentación necesaria para el seguimiento de las clases, por lo que el alumno DEBE traer preaprar este material a las sesiones.

Bibliografía básica:

- ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO. Oriol Amar. Editorial Gestión 2000, 20ª Edición
- FINANZAS EN EL MUNDO CORPORATIVO. UN ENFOQUE PRÁCTICO. Francisco López Lubián y Pablo García Estévez. Editorial McGraw Hill.
- VALORACION DE EMPRESAS. Pablo Fernández. Editorial McGraw Hill

• Bibliografía complementaria:

- Periódicos económicos (Expansión, Cinco Días, El Economista. Financial Times. Wall Street Journal.....).
- Web de organismos económicos (Banco de España, CNMV, Banco Central Europeo, Bloomberg....)



Econometría Básica (2011-2012)

[Presentación](#)

[Objetivos \(Competencias\)](#)

[Contenido](#)

[Documentación](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)



Presentación

Asignatura: Econometría Básica

Curso: Tercero

Cuatrimestre:Primero

Créditos (ECTS): 6

Asignatura: Obligatoria

Idioma: Castellano

Departamento: Economía

Titulación:Economía, Administración y Dirección de Empresas

Facultad: CC. Económicas y Empresariales

Profesora: Yuliya Lovcha (ylovcha@unav.es)

Despacho: D32

Horario de atención al alumno:TBA



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.

Contenido

PROGRAMA

1. Modelo de regresión lineal simple.
2. Modelo de regresión lineal general (I): Estimación.
3. Modelo de regresión lineal general (II): Inferencia.
4. Modelo de regresión lineal general con información cualitativa (variables ficticias).
5. Relajación de los supuestos en el modelo de regresión lineal (I): Multicolinealidad y errores de especificación.
6. Relajación de los supuestos en el modelo de regresión lineal (III): Heteroscedasticidad.
7. Relajación de los supuestos en el modelo de regresión lineal (IV): Autocorrelación.



Documentación

Para cada uno de los temas del programa, la documentación disponible es la siguiente:

- Transparencias en power-point: estarán disponibles en ADI.
- Ejercicios: estarán disponibles en ADI.
- Prácticas para realizar en el CTI: se entregan antes de comenzar las clases.
- Datos para realizar las prácticas: estarán disponibles en ADI.
- Para algunos de los temas, se entregarán fotocopias de alguna parte de los contenidos.



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.



Evaluación

La nota final se obtiene a partir de

- Resolución de prácticas (en grupo): 30% de la nota final.
- Examen parcial: 20% de la nota final.
- Examen final: 50% de la nota final.
- Participación: 10% adicionalmente.

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:

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

[Localiza este libro en la Biblioteca](#)

Complementaria:

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

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



Dirección Comercial I (2011-2012)

[Presentación](#)

[Objetivos](#)

[Metodología](#)

[Bibliografía](#)

[Evaluación](#)

[Cronograma](#)

Presentación

La asignatura Dirección Comercial I permitirá a los estudiantes adquirir un conocimiento más profundo de los factores empresariales, económicos y ambientales que condicionan los planes, los proyectos y las estrategias de Marketing. Los alumnos aprenderán a diseñar planes y estrategias de Marketing para aprovechar las oportunidades que surgen y se crean en los diferentes mercados, reconocer y lidiar con las amenazas, potenciar y explotar las ventajas de sus organizaciones, y evitar y superar sus debilidades.

Los alumnos también aprenderán a conocer e investigar los factores que intervienen en el comportamiento y los hábitos de los consumidores, diseñarán acciones para establecer relaciones duraderas con sus clientes y conocerán casos reales de empresas españolas y extranjeras reconocidas por sus aciertos y sus éxitos en el área del Marketing y su vinculación con sus distintos públicos (*stakeholders*). El curso también dedicará algunas clases al estudio de las nuevas tendencias en el ámbito de la investigación comercial y el diseño de estrategias de Marketing.

La asignatura Dirección Comercial I (Marketing I) es pre-requisito para Dirección Comercial II (Investigación de Mercados o Marketing Research).

Profesor: Ricardo Leiva

Email: rleiva@unav.es

Curso: Primer semestre 3º ADE (Optativa para los estudiantes de Económicas)

Horario y aula: Por determinar

Tipo de asignatura: Obligatoria para los estudiantes de ADE. Optativa para los estudiantes de Económicas.

Departamento de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Empresa

Idioma en que se imparte: Español

Horario de atención a los estudiantes: Lunes y Miércoles de 9 a 11 horas (sujeto a confirmación por eventuales cambios en el horario)

Despacho del profesor: 2951 (Edificio de Económicas).

Organización temporal: Semestral

ECTS: 6

Objetivos

Es difícil imaginar un momento más dinámico y complejo en el ámbito de la dirección comercial y el marketing. Cada día surgen nuevos productos, servicios, tecnologías e ideas. El ciclo de vida de los productos se acorta dramáticamente y la competencia se intensifica a escala global. Los consumidores ejercen un poder que parecía inimaginable hace pocos años y obligan a las empresas a reinventarse continuamente. Las redes sociales, las tecnologías móviles, el surgimiento de nuevas potencias económicas como China, las presiones medioambientales y muchos otros factores condicionan el trabajo de quienes deciden el lanzamiento de nuevos productos o intentan defender su posición en mercados cada vez más integrados. Como las empresas requieren de directivos comerciales altamente cualificados para lidiar con todos esos desafíos, al finalizar la asignatura los estudiantes de Dirección Comercial I deben ser capaces de cumplir los siguientes objetivos:

Conocimientos

- En el curso Dirección Comercial I, el estudiante aprenderá a reconocer las nuevas tendencias económicas y medioambientales y sabrá cómo ellas condicionan el posicionamiento de nuevos productos, servicios, marcas, instituciones y personalidades en los distintos mercados.
- A través de un aprendizaje activo y la inmersión en casos reales y de productos conocidos, el alumno conocerá y pondrá en práctica los fundamentos del marketing, y aprenderá a gestionar la relación con los clientes de manera efectiva.
- El alumno dará los primeros pasos para realizar investigaciones comerciales aplicadas.
- El alumno también aprenderá a diseñar, presentar y evaluar un plan estratégico de marketing.

Habilidades y actitudes

Durante el curso el alumno deberá ejercitar y mostrar avances significativos en el desarrollo de las siguientes competencias:

- Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas
- Capacidad de comunicación oral.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Puntualidad y ética en el trabajo.
- Capacidad de trabajo autónomo.
- Iniciación en técnicas de investigación básica, así como en la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.
- Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos económicos.



Metodología

El curso está diseñado para que los alumnos pongan constantemente en práctica los conocimientos teóricos adquiridos (*Learning by doing*). Cada semana los estudiantes deberán presentar al profesor avances y borradores de su proyecto semestral (un plan original de Marketing), el que deberá ser expuesto a la clase (exámenes parciales).

Los estudiantes deberán dedicar dos horas a clases presenciales y dos horas a prácticas cada semana. También deberán entregar resúmenes de las clases teóricas impartidas y de los *papers* asignados por el profesor. A los alumnos se les demandará frecuentemente la lectura de artículos académicos relacionados con cada tema del curso.

Bibliografía

Manual del curso: Marketing (9ª edición) de Roger A. Kerin, Steven W. Hartley y William Rudelius. Editorial McGrawHill.

Artículos académicos complementarios:

- Argandoña, A. (2004). ¿Por qué el marketing debe tener en cuenta la ética? *Harvard-Deusto Marketing y Ventas*, (62), 72-79.
- Conlon, G., Sellar, S., Boone, M. E., Jossi, F. & Campbell, T. (2000). Marketing on line. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (37), 8-14.
- Díaz Soloaga, P. & Monjo, M. (2010). Caso Zara: La empresa donde todo comunica. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (101), 60-68.
- Del Blanco, A. & Marcos, R. (2010). NeuroMarketing. *Harvard-Deusto Business Review*, 39-48.
- Kotler, P. (1999). El concepto genérico de marketing. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (35), 8-17.
- Kotler, P. (2005). Nuevos retos de la gestión del marketing. *Harvard-Deusto Marketing y Ventas*, (69), 6-12.
- Levitt, T. (1982). El marketing de lo intangible en bienes y servicios. *Harvard-Deusto Business Review*, (11), 94-105.
- Rayner, B. (1993). Nike o el éxito de una empresa orientada al marketing. *Harvard-Deusto Business Review*, (53), 104-115.
- Sainz de Vicuña, J.M. (2004). La importancia del plan de marketing como herramienta de gestión. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (61), 30-35.
- Sánchez, A. (2004). Las nuevas tecnologías al servicio del marketing. *Harvard-Deusto Marketing y Ventas*, (65), 52.
- Shapiro, B. P. (1980). Un buen plan de marketing mejora el beneficio. *Harvard-Deusto Business Review*, (3), 27-36.

Evaluación

Convocatoria ordinaria: Por su carácter eminentemente práctico, Dirección Comercial I demanda una alta participación en clases. Los alumnos formarán grupos de entre tres y cinco miembros y deberán entregar al profesor avances de sus proyectos y planes de marketing con una periodicidad semanal. En dos ocasiones, los grupos de estudiantes deberán exponer a la clase los avances de sus proyectos de marketing. La evaluación se basará en la siguiente ponderación:

- Participación en clase y entrega de trabajos grupales: 40%
- Examen parcial: 30%
- Examen final: 30%

Para que un estudiante apruebe el curso Dirección Comercial I con un sobresaliente, el primer requisito es participar activamente en clases: asistir a las clases presenciales, entregar puntualmente los trabajos prácticos cumpliendo rigurosamente las consignas y realizar presentaciones grupales exponiendo con claridad y de forma convincente los avances y las conclusiones del proyecto de marketing.

El alumno interesado en mejorar la nota de algún examen parcial o de su participación en clases tendrá la oportunidad de presentar un trabajo práctico de recuperación, con una ponderación equivalente a la de un examen parcial.

Convocatoria extraordinaria: La evaluación del estudiante que se presenta a una convocatoria extraordinaria se basará en la siguiente ponderación:

- Trabajo de recuperación (después de la convocatoria ordinaria): 50%
- Examen final: 50%



Cronograma

1. Cronograma
2. Presentación del Curso: Introducción a la Dirección Comercial
3. Exploración del entorno del marketing: Cómo comprender el comportamiento de los consumidores.
4. Marketing, Ética y Responsabilidad Social
5. Estrategias de Marketing y Plan de Marketing
6. Examen parcial: Presentación en grupo
7. Investigación en el ámbito del marketing
8. Segmentación y posicionamiento.
9. 4Ps: Productos.
10. 4Ps: Distribución
11. 4Ps: Precios
12. 4Ps: Promoción, publicidad y RRPP.
13. MKT y comunicación estratégica
14. Nuevas tendencias en el ámbito del MKT
15. Examen parcial: presentación en grupo



Comercio Internacional (2011-2012)

[Presentación](#)

[Objetivos](#)

[Desarrollo de competencias](#)

[Metodología](#)

[Distribución del tiempo](#)

[Cronograma](#)

[Evaluación](#)

[Programa](#)

[Bibliografía](#)

Presentación

Departamento: Economía

Titulación: Economía (OB) / ADE (OP)

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales

Curso: 3º

Créditos (ECTS): 6

Semestre: 1º

Número aproximado de horas de trabajo del alumno: 150

Requisitos: ninguno

Tipo de asignatura: obligatoria (Economía) / optativa (ADE)

Idioma en que se imparte: castellano e inglés

Horario de clases:

- Martes, 17.00-18.45. Aula 3 Derecho
- Viernes 12.00-13.00. Aula 4 Derecho.

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

Profesor:

- Javier Elizalde Blasco
- <http://www.unav.es/facultad/econom/javier-elizalde>
- Email: jelizalde@unav.es
- Horario de asesoramiento: Miércoles, 9.30-11.30, 16.00-17.00
- Despacho: 2921 Económicas

Objetivos

El objetivo de la asignatura es el estudio del comercio internacional.

En primer lugar, nos fijaremos en la evidencia del comportamiento de los países en cuanto a comercio exterior que, junto con el estudio de diversas teorías económicas sobre la materia, nos ayudará a comprender el patrón de comercio entre países. El alumno será capaz de comprender la importancia del comercio internacional en las economías actuales y alcanzar un conocimiento solvente de los modelos explicativos del comercio internacional.

El alumno será capaz de conocer las cuestiones que más controversia suscitan alrededor del comercio internacional, partiendo del clásico debate entre libre comercio y proteccionismo. Uno de los objetivos del curso es que el alumno se forme una opinión rigurosa e informada sobre dichas cuestiones.

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. Desarrollo de una visión integral de los fenómenos que transforman el entorno económico internacional.
17. Conocimiento y manejo de los modelos y argumentos rigurosos que se utilizan en el debate acerca de los beneficios y costes del comercio internacional.
18. Hacerse con conceptos, teorías y modelos que permitan formarse opiniones rigurosas sobre la realidad del entorno económico global.
19. Capacidad para combinar y completar el razonamiento económico con el propio de otras disciplinas.

Metodología

- La dinámica de la asignatura se basa principalmente en el aprendizaje de los principales modelos económicos sobre comercio internacional, necesarios para comprender aspectos como el patrón de comercio internacional, la especialización de los países, la distribución de la renta originada por el comercio y las barreras comerciales y el proteccionismo.
 - 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 todos los supuestos del modelo y se desarrollan todas las ecuaciones y gráficas. 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 evaluables, una por tema. Las prácticas valen un 20% de la nota final.
 - Además, los alumnos realizarán un trabajo por parejas en el que discutirán un artículo acerca de los temas más actuales del comercio internacional. Este trabajo valdrá un 20% de la nota final y será presentado en clase por cada grupo, lo cual ayudará al alumno no sólo a entender el problema sino además a ser capaz de comunicarlo a sus compañeros y al profesor y aportar capacidad crítica y razonamiento.
 - El tema 6 va a consistir, en su mayor parte, en debates en clase acerca de los temas más actuales del comercio internacional. Para cada una de esas clases, se asignará un artículo que el alumno tendrá que trabajar en casa y que se debatirá posteriormente en clase. La participación en esos debates contará un 10% de la nota final.
 - Existe un único examen, que tendrá lugar en la convocatoria de Diciembre, que tendrá dos partes: La primera parte consiste en 15 preguntas tipo test, en cada una de las cuales existen cuatro posibles respuestas de las que sólo una es correcta. Cada respuesta acertada suma un punto y cada respuesta errada resta $\frac{1}{4}$ de punto. La segunda parte consiste en dos ejercicios prácticos correspondientes a dos de los modelos estudiados en los temas 2, 3, 4 y 5.



Distribución del tiempo

- Clases teóricas: **39** horas.
- Clases de presentación de trabajos: **6** horas.
- Horas de realización de prácticas: **25** horas.
- Horas de estudio individual: **60** horas.
- Horas de realización del trabajo: **20** horas.



Cronograma

Semana	Tema	Clases teóricas	Clases de presentación de trabajos	Horas de realización de prácticas	Horas de estudio individual	Horas de realización del trabajo
1	1	3	0	0	2	0
2	2	3	0	0	4	0
3	2	3	0	2	5	0
4	3	3	0	0	4	0
5	3	3	0	0	5	0
6	4	3	0	5	4	0
7	4	3	0	0	5	0
8	5	3	0	0	4	0
9	5	3	0	6	5	0
10	5	3	0	0	5	0
11	5	3	0	0	5	0
12	6	3	0	6	3	10
13	6	3	0	0	3	10
14	Presentación trabajo	0	3	6	3	0

Presentación



15	trabajo	0	3	0	3	0
		39	6	25	60	20



Evaluación

EVALUACIÓN ORDINARIA DE DICIEMBRE:

- Prácticas (temas 1-5): 20%.
- Participación en los debates (tema 6): 10%.
- Trabajo: 20%.
- Examen final: 50%.

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

EVALUACIÓN DE RECUPERACIÓN DE JUNIO: consiste en un examen como el final de diciembre que vale un 100% de la nota final.

Programa

1. Patrones de comercio internacional
2. Ganancias del comercio internacional. Modelo Ricardiano
3. Quién gana y quién pierde. Modelo de factores específicos
4. Especialización. Modelo de proporciones factoriales
5. Barreras al libre comercio
6. Debate libre comercio Vs proteccionismo



Bibliografía

Manual de referencia:

PAUL R. KRUGMAN, MAURICE OBSTFELD: Economía Internacional. Teoría y política, Editorial Addison Wesley.

Enlaces de interés:

Ésta es una selección de algunas de las direcciones de Internet en las que se puede encontrar material relacionado con el programa de la asignatura:

[Organización Mundial del Comercio, Estadísticas](#)

[Organización Mundial del Comercio, Acuerdos Comerciales Regionales](#)

[UNCTAD, Comercio Internacional](#)

[UNCTAD, Inversión Extranjera Directa](#)

[UNCTAD, Globalización y Desarrollo](#)

[Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Estadísticas de Comercio Exterior de España y Europa](#)

[Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Estadísticas de Inversión Extranjera Directa](#)



Economía Pública (2011-2012)

[PRESENTACIÓN](#)

[DATOS GENERALES](#)

[COMPETENCIAS](#)

[APRENDIZAJE](#)

[METODOLOGÍA](#)

[PROGRAMA](#)

[EVALUACIÓN](#)

[REFERENCIAS](#)

[LECTURAS COMPLEMENTARIAS](#)



PRESENTACIÓN

El objetivo general de esta asignatura es triple.

Primero, justificar la existencia del agente económico Sector Público en las economías de mercado.

Segundo, describir el comportamiento del gasto público, como herramienta principal de su intervención.

Tercero, adentrarse en el campo de la Seguridad Social, como principal garante de las prestaciones sociales.

Horario de CLASES:

Grupos ECO, LADE, IDM, IDE: .

- **Martes: 11:00 - 13:00** (Aula: **3 Ciencias Sociales**)
- **Miércoles: 9:00 - 11:00** (Aula: **9 Ciencias Sociales**)



DATOS GENERALES

- Departamento: Economía
- Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales
- Curso: 3º ECO, LADE, IDE, IDM
- Créditos (ECTS): 6
- Número aproximado de horas de trabajo del alumno: 150
- Requisitos: conocimientos básicos de microeconomía
- Tipo de asignatura: obligatoria en ECO e IDE, optativa en LADE e IDM
- Idioma en que se imparte: castellano

* Profesor:

Juan Carlos Molero García (jcmolero@unav.es)

- <http://www.unav.es/facultad/econom/juan-carlos-molero-es>
- <http://www.unav./jcmolero>
- <http://www.unav./jcmolero/en>

***Horario de asesoramiento** (despacho 2810):

- **Miércoles:** 11:00 - 14:00.
- En cualquier momento, previa petición por email.



COMPETENCIAS

Competencias del Grado en Economía:

1. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
2. Capacidad de comunicación oral.
3. Conocer la lógica económica de la actividad del Sector Público y ser capaz de juzgar sus resultados.
4. Capacidad de trabajo en equipo.

Competencias transversales de la asignatura:

1. Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis de los problemas del Sector Público, mediante la lectura de documentos específicos.
2. Potenciar la capacidad de trabajo en equipo, creando grupos de trabajo para el estudio de temas concretos.
3. Desarrollar la capacidad de comunicación oral, a través de presentaciones en público de informes trabajados previamente en equipo.

Competencias específicas de la asignatura:

1. Comprender las razones que justifican la actividad del Sector Público, a través del análisis microeconómico.
2. Usar de manera adecuada la *Teoría de los fallos del mercado* para evaluar la actuación del Sector Público y sus resultados en el conjunto de la economía.
3. Conocer la organización y funcionamiento del Sector Público en España desde el punto de vista del gasto público, mediante el análisis de los *Presupuestos Generales del Estado*.



APRENDIZAJE

- Se impartirá un número de **clases teóricas** que sitúen al alumno en el entorno del agente económico que se pretende conocer. El alumno acudirá a dichas clases conociendo el tema de antemano, el cual estará colgado en la web de la asignatura.
- Se pretende que las clases teóricas sean muy participativas, basadas en discusión de artículos y trabajos previamente seleccionados, o bien en una comprobación del grado de aprendizaje de los conocimientos teóricos. En ambos casos, **el profesor tomará nota de la participación de los alumnos en las clases.**
- La posterior ampliación y profundización de los contenidos de las clases teóricas y prácticas será desarrollada por parte del alumno. Para ello, se proporcionarán diversos **textos y lecturas adicionales**, además de las que el propio alumno deberá buscar.
- Dicho desarrollo y ampliación de los contenidos de la asignatura quedará plasmado en una **exposición en power point** que los alumnos realizarán en clase a raíz de trabajos **realizados en grupo**. Dichos trabajos cubrirán parte del programa de la asignatura o complementos de dicho programa pactados con el profesor.
- Realización de **exámenes**.
- Necesidad de horas de estudio **fuera de clase**: presentación de trabajos, reuniones de grupo, etc.



METODOLOGÍA

- Clases teóricas: 35 horas.
- Clases de discusión de artículos: 7 horas.
- Clases de exposición de trabajos: 6 horas.
- Tiempo de estudio individual: 55 horas.
- Sesiones de grupo (búsqueda de información y preparación de presentaciones): 37 horas.
- Asesoramiento con el profesor (cuestiones sobre la teoría, trabajos, seguimiento del estudio, etc.) y con el alumno interno de la asignatura: 5 horas.
- Realización de exámenes: 2 horas.

TOTAL HORAS DE TRABAJO: 147 horas.

CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA



PROGRAMA

PARTE I: LA ACTUACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO

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

PARTE II: EL COMPORTAMIENTO DEL GASTO PÚBLICO

6. Gasto público: evolución y eficiencia. Los Presupuestos Generales del Estado.
7. Seguridad Social I: prestaciones económicas.
8. Seguridad Social II: el gasto en sanidad.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA (DICIEMBRE)

Valoración 10 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

1.- PRESENTACIÓN EN PÚBLICO DE UN POWER POINT SOBRE UN TEMA PREVIAMENTE ELEGIDO Y APROBADO: **Valoración 4 puntos.**

- Fecha límite para presentar el borrador de la presentación (versión office 2003): 16 de septiembre de 2011, 23:55 horas . El retraso se penalizará.
- El borrador se presenta según el modelo adjunto. Los grupos serán de 1, 2 ó 3 componentes . No se pueden hacer trabajos con alumnos del grupo de Licenciatura. El grupo que lo desee puede hacer el borrador y la presentación en inglés.
- Enviar el borrador a Juan Carlos Molero, vía email: jcmolero@unav.es
- Alumnos internos de la asignatura que ayudarán en la preparación de las exposiciones y en la evaluación de las mismas: Fernando Navarro de Castro (fnavarro@alumni.unav.es) y Sergio Achutegui Puerta (sachutegui@alumni.unav.es)
- A partir del 19 de septiembre de 2011 se irá informando a los grupos acerca del borrador presentado: aprobación, reforma o rechazo.
- Entrega del power point final (versión office 2003): 24 de octubre de 2011. Se envía a: jcmolero@unav.es El retraso se penalizará.
- [Recursos para trabajos 1: libros y artículos de investigación](#)
- [Recursos para trabajos 2: webs de Congresos y otros](#)
- [Distribución de puntos](#)
- [Borrador para presentar](#)
- [ORDEN EXPOSICIONES. Martes 11 a 1. Miércoles 9 a 11](#)

2.- ACTITUD, PRESENTACIONES Y PARTICIPACIONES RELEVANTES EN LAS CLASES PRÁCTICAS SOBRE ARTÍCULOS: **Valoración 1 punto.**

3.- TENER UN MÍNIMO DE 8 PARTICIPACIONES RELEVANTES EN EL RESTO DE LAS CLASES: **Valoración 1 punto.** El resto de participaciones se ponderarán oportunamente, así como el control de asistencias.

4.- EXAMEN FINAL DICIEMBRE (parte de test y parte de preguntas de desarrollo): **Valoración 4 puntos.**

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA (JUNIO)

consiste en un examen como el final de diciembre. **Valoración 6 puntos.** Se guarda la nota sobre 4 puntos de la presentación en clase del power point.

REFERENCIAS

- La bibliografía serán los **temas elaborados por el profesor** en formato *power point*, que se colgarán en la página web de la asignatura (sección "documentos") con suficiente antelación.
- Hay **material específico** para la **discusión de artículos** en clase en la sección "documentos".
- También se colgará en la sección "lecturas" de la página web **material complementario**.

Manual de referencia:

- ALBI, E.; GONZÁLEZ-PÁRAMO, J.M. Y ZUBIRI, I. (2009): *Economía Pública I*, Ed. Ariel, Barcelona.

Otras referencias de apoyo:

- ROSEN, H.S. & GAYER, T. (2008): *Public Finance*, Ed. McGraw-Hill Higher Education, 8ª edición. Existe versión en castellano de la 7ª edición en McGraw-Hill (ed.): *Hacienda Pública*, del año 2007.
- EGEA IBÁÑEZ, E. (2008): *Lecciones de Hacienda Pública. Sector Público y Presupuestos*, Ed. Diego Marín Libreo-Editor, S.L.
- MOLERO, J.C. y PUJOL, F. (2009): "El papel económico del Sector Público", capítulo 16, pp. 379-413, en: Martínez Chacón, E.(coordin.): *Economía Española*, Ed. Ariel, Barcelona.
- MOLERO, J.C. y PUJOL, F. (2002): "El Sector Público en las economías de mercado", capítulo 12, pp. 301- 331, en: Martínez Chacón, E. (direc.) y García Alonso, J.M. (coordin.): *Economía Mundial*, Ed. Ariel, Barcelona.

﻿



LECTURAS COMPLEMENTARIAS

TEMA 1:

- [TABLA PIB ESPAÑA, Boletín Estadístico, junio 2011, Banco de España](#)
- [TABLA Déficit y Deuda AA.PP., Boletín Estadístico, junio 2011, Banco de España](#)
- [TABLA Déficit AA.PP., Boletín Estadístico, junio 2011, Banco de España](#)
- [TABLA DÉFICIT PÚBLICO, tabla 27, OCDE](#)
- [TABLA DEUDA PÚBLICA, tabla 62, OCDE](#)
- [TABLA PRESIÓN FISCAL, M. de Economía y Hacienda](#)
- [Epígrafe nº 3. Operaciones y cuentas del sector público](#)
- [Boletín Económico ICE nº 2843. Sobre el pacto de estabilidad \(I\)](#)
- [Boletín Económico ICE nº 2905. Sobre el pacto de estabilidad \(II\)](#)
- [Programa de Estabilidad España. 2011-2014](#)
- [Informe Anual del Banco de España, 2010, pp. 125-134](#)

TEMA 2:

Albi (2009): Economía Pública I, pp. 51-62.

TEMA 6:

- Albi (2009): Economía Pública I, pp. 30-40
- Albi (2009): Economía Pública I, pp. 217-240, 246-255.
- [TABLA GASTO PÚBLICO, tabla25, OCDE](#)
- [TABLA INGRESOS PÚBLICOS, tabla26, OCDE](#)
- [Presupuestos Generales del Estado 2008: LIBRO ROJO](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2009: LIBRO AZUL](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2010 \(I\): LIBRO AMARILLO](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2010 \(II\): CUADERNO BLANCO](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2010 \(III\): Visión Círculo de Empresarios](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2011 \(I\): LIBRO AMARILLO](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2011 \(II\): CUADERNO BLANCO](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2011 \(III\): LIBRO AZUL](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2011 \(IV\): Visión Círculo de Empresarios](#)

TEMA 7:

- [Web Seguridad Social](#)
- [Proyecto Presupuestos Seguridad Social 2010](#)
- [Proyecto Presupuestos Seguridad Social 2011](#)

Otros documentos de interés:

- [The second Decentralization. Wallace E. Oates](#)
- [Decentralization in Spain. JC. Molero](#)
- [Decentralization and corruption](#)



Contabilidad de Gestión (2011-2012)

[Datos de interés](#)

[Objetivos](#)

[Contenido](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)

[DOCUMENTACIÓN](#)

Datos de interés

Facultad: CC. Económicas y Empresariales

Departamento: Empresa

Titulación: GRADO ADE/ECO/DOBLES GRADOS (CASTELLANO y BILINGÜE)

Curso: 6º (Dobles GRADOS) / 3º (ADE/ECO)

Organización temporal: Primer semestre (Dobles GRADOS)/Segundo semestre (ADE/ECO)

Créditos actuales: 6 ECTS

Profesor que la imparte: Javier Arellano

Plan de estudios: GRADO ADE-ECO 2010

Tipo de asignatura: Obligatoria

Idioma en que se imparte: Castellano

El horario de atención de alumnos del profesor: Martes y miércoles de 9:30 a 12:00 (despacho 1880)

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.

Objetivos

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

Competencias transversales

Que el alumno:

- Desarrolle su capacidad de razonamiento lógico.
- Desarrolle su capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas

Competencias específicas:

La asignatura ayudará a que el alumno

- conozca en profundidad el Plan General Contable y los conceptos teóricos de la contabilidad y las finanzas. Concretamente, el alumno sea capaz de
 - Obtener un conocimiento teórico-práctico de la contabilidad y las finanzas con ejemplos reales de empresas nacionales e internacionales
 - Ser capaz de analizar la situación económico-financiera de cualquier empresa utilizando las cuentas anuales
 - Analizar casos prácticos de empresas
- Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones

Los objetivos anteriores se concretan con los siguientes objetivos particulares:

- Conocer la relación entre contabilidad financiera y contabilidad de gestión
- Conocer los elementos que integran un sistema de contabilidad de gestión y su utilidad para valorar, controlar y tomar decisiones.
- Conocer los distintos tipos de costes. Distinguir entre costes directos e indirectos, conocer las fases para la imputación de cada uno a los portadores finales así como la entender la problemática propia de cada tipo y fase.
- Conocer los distintos tipos de costes. Distinguir entre costes fijos, variables, semifijos y semivariables. Comprender sus ventajas e inconvenientes.
- Comparar estructuras de costes.
- Analizar, resultados económicos de una empresa, identificando sus causas y dimensionando el impacto de cada elemento de la estructura de costes
- Conocer las utilidades y limitaciones de los distintos modelos de contabilidad de gestión para la toma de decisiones empresariales de distinta naturaleza
- Conocer el modelo de costes completo y su aplicación en la elaboración de los estados financieros
- Conocer el modelo de coste parcial y su aplicación en la toma de decisiones operativas.

Contenido

El contenido de la asignatura se corresponde con un curso básico de contabilidad de gestión. Concretamente se tratan los siguientes aspectos: 1) qué es la contabilidad de gestión y cuál es su relación con la contabilidad financiera, 2) Qué son los sistemas de costes y para qué se utilizan, 3) Como se calcula el coste de un producto/servicio por medio de un sistema de coste completo (*Full Costing*), 4) Qué problemas tienen estos sistemas para proporcionar información útil para la toma de decisiones operativas, 5) Como se analizan los resultados de una empresa mediante un sistema de coste parcial (*Direct Costing*) y cómo se utiliza para tomar decisiones 6) Cuando utilizar un sistema de coste completo y cuando uno de coste parcial.

Programa de la asignatura

1. Los sistemas de costes
 1. ¿por qué tener un sistema de costes?
 2. Elementos de los sistemas de costes
 3. Información que proporciona la contabilidad de costes
 4. Utilidad de los sistemas de costes
 5. Criterios para el diseño de sistemas de costes
2. Contabilidad financiera y contabilidad de gestión
 1. Fundamentos del modelo de *Full Costing*
 2. Coste del producto y gastos del período
 3. Los costes y el resultado contable
 4. Costes directos e indirectos
 5. La imputación de costes en un *full costing*
 6. Las bases de reparto (*unidad de obra* frente a *cost driver*)
3. Limitaciones del sistema de Full Costing
 1. Los costes y problema de la capacidad
 2. El margen bruto y las limitaciones del *full costing* en la toma de decisiones de explotación
 3. Costes fijos y costes variables, coste semifijos ...
 4. Campo de validez
 5. Coste unitarios y totales
 6. Modificaciones al *Full Costing*: el modelo de imputación racional
 7. Subactividad vs falta de eficiencia
4. El *Direct Costing*: elementos conceptuales
 1. El concepto de margen de contribución (MC)
 2. Fundamentos del modelo: la relación C-V-B
 3. Margen de contribución frente a margen bruto
 4. El resultado con un *Direct Costing*
5. El *direct costing*: una primera utilidad
 1. Punto muerto y decisiones de producción
 2. Costes fijos específicos y comunes.
 3. Direct costing evolucionado y margen semibruto
 4. Punto muerto multiproducto
6. Información de gestión y toma de decisiones
 1. Costes relevantes para la toma de decisiones
 2. Ingresos y Costes diferenciales e inalterados
 3. Costes reversibles e irreversibles
 4. Costes de oportunidad
7. Toma de decisiones operativas con base en el *direct costing*
 1. Abandono de productos
 2. Comparando alternativas: las estructuras fija y variable
 3. Umbrales de volumen y decisiones de producción



4. El problema de los trenes
5. Los costes semifijos y los *agujeros negros*
6. La medida del volumen y las limitaciones del modelo
8. Toma de decisiones operativas con capacidad limitada
 1. El margen de contribución por recurso escaso
 2. Jerarquía de productos y programas de producción óptimos
 3. Decisiones que afectan y no afectan al MC
 4. Muchas decisiones y situaciones distintas Un mismo modelo conceptual
9. Las decisiones estratégicas y los sistemas de costes
 1. El MC y las decisiones estratégicas
 2. Los costes fijos y las decisiones estratégicas
 3. Los costes fijos y el ámbito de la toma de decisiones
 4. Redefiniendo el concepto de coste fijo: la perspectiva de los sistemas ABC

Metodología

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

Las clases consistirán en la discusión de los casos propuestos, es decir, en la discusión de las distintas visiones que los asistentes tienen sobre el mismo. Puede decirse que la materia prima de las clases son las ideas de los alumnos. En consecuencia, para el correcto funcionamiento del método, es imprescindible que el alumno trabaje los casos antes de asistir a las clases. Trabajar los casos es mucho más que entender la situación y estar familiarizado con los datos. Trabajar el caso significa que el alumno es capaz de dar una respuesta (sea o no correcta) a las preguntas de la hoja de preparación del caso (todo caso tiene una hoja de preparación al final del mismo)

Con carácter general se trabajará un caso por semana (eventualmente un mismo caso se trabajará en dos momentos distintos o su discusión durará más de una semana). En total está prevista la discusión de 15 casos. Se estima que el alumno debe dedicar una media de tres horas a la preparación de cada caso (los casos que duran más de una semana requieren más tiempo por lo que puede tomarse el dato anterior como estimación del trabajo semanal de preparación fuera de clase). La preparación de los casos supone alrededor del 70% del tiempo total de trabajo individual del alumno durante el curso. Otro 15% debe dedicarse a profundizar en los análisis de los casos propuestos en las clases. El restante 15% es el tiempo que el alumno debe dedicar al estudio de las lecturas complementarias.

Documentación

Los casos utilizados en el curso se colgarán de la sección de documentación de la intranet de la asignatura (cuando sea material preparado por el profesor) o se recogerán en la secretaría de la Facultad (cuando sea material de otros autores)

Plan de clases

En la sección de documentos de la intranet puede consultarse el calendario de trabajo previsto. El cronograma muestra los casos que se utilizarán cada semana así como los temas correspondientes del libro que se recomienda como lectura básica.

Evaluación

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

A. **Evaluación continua** durante el curso: **(40 puntos)** Consistirá en la valoración que el profesor haga del trabajo del alumno en los aspectos que se detallan a continuación:

- Preparación de casos y/o lecturas (10 p): De forma aleatoria el profesor pedirá a los alumnos que respondan a alguna pregunta sobre el caso previsto para la sesión, antes de trabajar el caso en la clase, o sobre el contenido de alguna lectura recomendada.
- Participación activa (15 p): Consiste en la evaluación general que el profesor haga de la actitud activa o inactiva del alumno en el curso con base en las intervenciones del alumno (preguntas formuladas, respuestas a preguntas no contempladas en los apartados anteriores, etc.) durante las discusiones de clase y con base en las preguntas "sobre la marcha" que el profesor lanzará en el transcurso de las clases para ejemplarizar la aplicación de los conceptos que se estén trabajando.
- Exámenes sorpresa (15 p): De forma aleatoria algunas de las sesiones del curso se dedicarán a trabajar exámenes sorpresa que consistirán en ejercicios o casos breves, para resolver individualmente en clase.

B. **Examen final: (60 puntos)**: Tendrá dos partes: una parte teórica y una parte práctica. La parte teórica consistirá en una serie de preguntas cortas o tipo test que versarán sobre los conceptos discutidos en clase y/o incluidos en las lecturas. La parte práctica del examen consistirá en uno/varios casos similares a los trabajados durante el curso. La parte teórica tendrá un peso de entre el 35% y el 50% del examen final.

Bibliografía

El contenido de la asignatura se corresponde con un curso básico de contabilidad de gestión. Por ello, el alumno podrá acudir a una amplia bibliografía que cubre dichos objetivos. Entre los títulos más representativos se sugieren los siguientes:

Bibliografía básica

Antonio Dávila y Daniel Oyon. *Malea Fashion District: A new way to learn managerial accounting*. (capítulos 1 a 7, 10 y 11) Este libro se adquiere exclusivamente por internet en la siguiente dirección: <http://www.maleafd.com>

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

Bibliografía complementaria

Pereira, F; Ballarín, E; Rosanes, J.M. y Vazquez-Dodero, J.C.. *Contabilidad para la dirección*. Eunsa. (segunda parte: capítulos 1 a 4 y 9 a 12 de la vigésima edición)

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



DOCUMENTACIÓN

Los casos utilizados en le curso se colgarán de la sección de documentación de la intranet de la asignatura (cuando sea material preparado por el profesor) o se recogerán en la secretaría de la Facultad (cuando sea material de otros autores)



Dirección Comercial II (2011-2012)

[Presentación](#)

[Objetivos](#)

[Metodología](#)

[Cronograma](#)

[Bibliografía](#)

[Evaluación](#)

Presentación

La asignatura Dirección Comercial II (Investigación de Mercados o Marketing Research) trata uno de los asuntos más importantes del entorno actual de negocios: la relación que las empresas deben establecer con sus clientes. En esta asignatura, los alumnos aprenden a conocer la filosofía detrás de la Investigación de Mercados y las herramientas que permiten implantarla para comprender las necesidades de los clientes, con el objetivo de desarrollar una relación de largo plazo con ellos. Este tipo de conocimiento es la base en la que se sustentan las ventajas competitivas que permiten a las empresas desenvolverse con éxito en el competitivo mercado global.

La asignatura complementa conocimientos teóricos y prácticos. Por ello, se estudian casos reales de Investigación de Mercados con el objetivo de que los estudiantes discutan y utilicen regularmente los conceptos y las ideas que van aprendiendo. En el estudio práctico de esos casos, se evalúa la participación, el trabajo en equipo y las habilidades comunicativas de los alumnos.

Profesor: Ricardo Leiva

Email: rleiva@unav.es

Curso: Segundo semestre 3º ADE (Optativa para los estudiantes de Económicas)

Horario y aula: Jueves 16 - 19 hr. Aula 3 del edificio de Ciencias Sociales (Comunicación)

Tipo de asignatura: Obligatoria para los estudiantes de ADE. Optativa para los estudiantes de Económicas.

Departamento de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Empresa

Idioma en que se imparte: Español

Horario de atención a los estudiantes: Lunes y Miércoles de 9 a 11 horas.

Despacho del profesor: 2951 (Edificio de Económicas).

Organización temporal: Semestral

ECTS: 6

Objetivos

Al finalizar el curso los estudiantes de Dirección Comercial II deben ser capaces de alcanzar los siguientes objetivos y desarrollar las siguientes competencias

Competencias de la asignatura

Durante el curso el alumno deberá ejercitar y mostrar avances significativos en el desarrollo de las siguientes competencias:

- Desarrollar su capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas
- Desarrollar su capacidad de comunicación oral.
- Desarrollar su capacidad de trabajo en equipo.
- Aprender la importancia de la puntualidad y ética en el trabajo.
- Desarrollar la capacidad de trabajo autónomo.
- Iniciarse en técnicas de investigación básica, así como en la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.
- Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos económicos.

Competencias transversales

Además, el estudiante deberá continuar con su desarrollo de las siguientes competencias transversales (competencias que deben adquirir los estudiantes al finalizar sus estudios):

- Desarrollar su razonamiento lógico.
- Incrementar su capacidad de análisis y síntesis.
- Aprender a motivarse y superar problemas.
- Aprender a ser más responsable y esforzarse.



Metodología

El curso está diseñado para que los alumnos pongan constantemente en práctica los conocimientos teóricos adquiridos (*Learning by doing*). Cada semana los estudiantes presentarán al profesor avances y borradores de su proyecto semestral (un plan estratégico de investigación comercial), el que deberá ser expuesto a la clase (exámenes parciales).

Los estudiantes deberán dedicar dos horas a clases presenciales y dos horas a las prácticas cada semana. También deberán entregar resúmenes de las clases teóricas impartidas y de los *papers* asignados por el profesor. A los alumnos se les demandará semanalmente la lectura de artículos académicos relacionados con cada tema del curso.



Cronograma

1. Descripción y presentación de curso. Importancia de la Investigación de mercados para la toma de decisiones
2. Tipos de investigación de mercados y diseños de investigación (exploratorio, descriptivo y causal). Investigación cuantitativa y cualitativa.
3. El proceso de investigación de mercados
4. Inteligencia de mercados, CRM y bases de datos.
5. Investigaciones cualitativas: Entrevistas en profundidad y focus groups
6. Investigaciones cuantitativas: Diseño de cuestionarios
7. Investigaciones cuantitativas: Encuestas
8. Muestro probabilístico y no probabilístico
9. Medidas de escala
10. Análisis de datos y práctica en SPSS
11. Presentación de informes
12. Nuevas tendencias de la investigación de mercados. Casos novedosos de investigación de mercados (internet, neurociencia, escáner, etc.)
13. Proyecto final

Bibliografía

Manual del curso: Investigación de Mercados: En un ambiente de información cambiante de Joseph Hair, Robert P. Bush y David J. Ortinau. Editorial McGraw Hill.

Artículos académicos complementarios:

- Bonilla Braddock, E. (2005). El dato como valor estratégico. ‘Customer intelligence: Del dato al Marketing ‘one-to-one. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (66), 52-55.
- Cid, R. (2010). Hacia el CRM 2.0: Retos y oportunidades. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (101), 42-47.
- Gamo, C. & Moraleda, M. (1998). De datos a información: ‘Business Intelligence: Técnicas de transformación de datos en información útil para el Marketing. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (28), 40-42.
- Godar U, B. (2003). Marketing o la ingeniería del dato. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (58), 6-10.
- González Fuentes, M. V. (2010). El CRM y la empresa española: Una asignatura pendiente. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (101), 26-32.
- Grapentine, T. H. & Altman Weaver, D. (2008). Un estudio de mercado: ¿Cómo, cuándo y por qué? *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (86), 72-79.
- Lesser, E. L., Mundel, D. & Wiecha, C. (2001). ¿Quién es su cliente? *Harvard-Deusto Marketing y Ventas*, (45), 34-37.
- Levitt, T. (1982). El marketing de lo intangible en bienes y servicios. *Harvard-Deusto Business Review*, (11), 94-105.
- Miller, C. & Swaddling, D. (2006). Pero... ¿Quién sabe lo que quiere el cliente? *Harvard-Deusto Marketing y Ventas*, (76), 38.
- Renart, L. G. & Cabré, C. (2005). Las claves del marketing relacional bien hecho. *Harvard-Deusto Marketing y Ventas*, 6-19.
- Rosenzweig, P. (2009). Investigación en Marketing: No caiga en los errores más comunes. *Harvard-Deusto Marketing y Ventas*, (93), 6-11.
- Serra Rexach, T. & Manzano Antón, R. (2010). El consumidor del siglo XXI: Tendencias y comportamientos. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (101), 70-79.
- Slater, S. F., Mohr, J. J. & Sengupta, S. (2010). El camino hacia las mejores prácticas de Marketing relacional. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (97), 6-13.
- Vives, E. (2010). La información como herramienta clave para la toma de decisiones. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, (98), 52-56.

Evaluación

Convocatoria ordinaria: Por su carácter eminentemente práctico, Dirección Comercial II demanda una alta participación en clases. Los alumnos formarán grupos y deberán entregar al profesor avances de sus proyectos de investigación comercial con una periodicidad semanal. En dos ocasiones, los grupos de estudiantes deberán exponer a la clase los avances de sus proyectos.

La evaluación del estudiante se basará en la siguiente ponderación:

- Participación en clase y entrega de trabajos grupales: 30%
- Presentación grupal del proyecto de investigación comercial: 20%
- Examen parcial: 20%
- Examen final: 30%

Para que un estudiante apruebe el curso Dirección Comercial II con un sobresaliente, debe participar activamente en clases: asistir a las clases presenciales, entregar puntualmente los trabajos prácticos cumpliendo rigurosamente las consignas y realizar presentaciones grupales exponiendo con claridad y de forma convincente los avances y las conclusiones de su proyecto de investigación comercial.

El alumno interesado en mejorar la nota de algún examen parcial o de su participación en clases tendrá la oportunidad de presentar un trabajo práctico de recuperación, con una ponderación equivalente a de un examen parcial.

Convocatoria extraordinaria: La evaluación del estudiante que se presenta a una convocatoria extraordinaria se basará en la siguiente ponderación:

- Trabajo de recuperación de tres semanas: 50%
- Examen final: 50%



Gestión de Operaciones (2011-2012)

[Introducción](#)

[Datos generales](#)

[Objetivos - Competencias](#)

[Programa](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)



Introducción

Se trata de una asignatura que analiza el Subsistema de Operaciones de una empresa, el cual abarca las actividades y decisiones asociadas al diseño y elaboración de bienes y servicios en una empresa, y a la gestión del flujo de materias primas, componentes, producto en curso y producto final. Se trata de un área clave en la empresa para conseguir ventajas competitivas, por lo que su comprensión es muy importante para el conocimiento integral de la empresa.

Esta asignatura se imparte tanto en castellano como en inglés. Los profesores de cada grupo son:

- Grupo en castellano: José Antonio Alfaro (jalfaro@unav.es)
- Grupo en inglés: Victoria Rodríguez (vrodriguez@unav.es)

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.

Departamento: Empresa

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales

Tipo de asignatura: Obligatoria para el grado de ADE, y optativa para el grado de Economía.

Objetivos - Competencias

Competencias específicas:

1. Conocer las funciones del Subsistema de Operaciones dentro de una empresa.
2. Identificar los objetivos de operaciones de una empresa.
3. Identificar las decisiones estratégicas de operaciones de una empresa
4. Interpretar, en términos de objetivos y decisiones de operaciones, casos reales de empresa.
5. Buscar, seleccionar y usar información.
6. Planificar el trabajo, coordinar acciones para el desarrollo de un proyecto así como para distribuir y asignar las tareas.
7. Comunicar eficientemente los resultados obtenidos y defender sus ideas.
8. Sintetizar el trabajo realizado en una memoria.

Competencias del título:

1. Desarrollo del razonamiento lógico.
2. Planificación de tareas y gestión del tiempo.
3. Capacidad de aprendizaje autónomo.
4. Sentido de responsabilidad y esfuerzo.
5. Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y medioambientales de los asuntos empresariales.



Programa

TEMA 1. Introducción a la Gestión de Operaciones.

TEMA 2. Selección y diseño de productos y servicios.

TEMA 3. Selección y diseño de procesos productivos.

TEMA 4. Capacidad de un sistema productivo.

TEMA 5. Distribución en planta.

TEMA 6. Localización.

TEMA 7. JIT.

Metodología

Los contenidos de la asignatura se trabajarán en sesiones presenciales, visitas a empresas y sesiones de seguimiento del trabajo. En las sesiones de seguimiento el profesor estará con cada uno de los grupos para evaluar su desempeño y guiar a los alumnos en el proceso de aprendizaje.

1. Actividades presenciales (52 horas):

a. Clases de exposición del profesor (45 horas): en estas clases se explican los aspectos más relevantes de los cinco temas incluidos en el programa, y las conclusiones asociadas a la realización de los trabajos. Los alumnos deberán acudir a estas clases habiendo leído la documentación que se les ha suministrado en ADI. Se trabajan las competencias 1, 2, y 3.

b. Tutorías con el profesor (2 horas): se resolverán y discutirán aspectos relacionados con el trabajo. Se harán en grupo. Los alumnos deberán acudir a estas sesiones habiendo entregado un informe de cada uno de los hitos asociados a la realización del trabajo. Se trabajan las competencias 6, 7, y 8

d. Sesiones de evaluación (5 horas).

2. Actividades no presenciales (98 horas):

a. Trabajo en grupo (60 horas): se trata de la actividad que más tiempo implica dentro de la asignatura. se pretende que los alumnos descubran y desarrollen las habilidades básicas para hacer un diagnóstico y propuesta de mejoras sobre las actividades de una empresa. Durante el proceso de aprendizaje el profesor servirá de apoyo. Se trabajan las competencias 1 a 8.

b. Estudio personal (38 horas): se trabajan las competencias 1 a 3.



Evaluación

Trabajo:

- Actividad: Trabajo que se propone al principio del curso.
- Descripción: El trabajo se plantea como una herramienta de aprendizaje en la que los alumnos aprenden por su cuenta y el profesor los guía en ese proceso de aprendizaje.
- Evaluación: memoria y examen individual.
- Peso en la calificación final: 50%

Examen final:

- Peso en la calificación final: 50%

REQUISITO PARA APROBAR: SACAR, AL MENOS, 4/10 PUNTOS EN EL EXAMEN FINAL.

Asistencia y participación: se realizará un control de asistencia y se tendrá en cuenta la participación como un elemento positivo para poder subir la nota.

Convocatoria extraordinaria:

1. Valoración del trabajo realizado durante el curso: 50%
2. Examen final: 50%

Para la convocatoria de junio se podrán entregar trabajos adicionales a los realizados durante el curso para poder subir la nota obtenida en la parte de trabajos. También habrá que obtener, al menos 4/10 puntos en el examen final.

Bibliografía

Chase, R.B., Jacobs, F.R., Aquilano, N.J. (2005). Administración de la producción y operaciones. McGraw Hill.

Fernández, E., Avella, L. (2006). Estrategia de producción. McGraw Hill.

Heizer, J., Render, B. (2008). Dirección de la producción y de operaciones Aspectos estratégicos. Pearson-Prentice Hall.

Martín Peña, M.L. (2003). Dirección de la Producción. Problemas y ejercicios resueltos. Pearson-Prentice Hall.

Miranda, F.J; Rubio, S., Chamorro, A., Bañegil, T.M. (2005). Manual de Dirección de Operaciones. Thomson.

Nahmias, S. (2007). Análisis de la producción y las operaciones. McGraw Hill.

Russell, R.S., Taylor III, B.W. (2008). Operations Management. Wiley.



Finanzas Internacionales (2011-2012)

[Presentación](#)

[Descripción](#)

[Objetivos](#)

[Temario](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)

[Proyecto](#)



Presentación

- Profesores: Antonio Moreno Ibáñez
- E-mail: antmoreno@unav.es
- Classes: Spanish: Wed 11-12, Thur 12-2 (9Cc Ss). English: Wed 12-2, Thur 11-12 (9 Cc Ss).
- Horario de Asesoramiento: Lunes 9-12
- Despacho 2960.
- 6 ECTS



Descripción

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

Objetivos

Competencias de la asignatura:

1. Entender los factores que influyen en el mercado de divisas y sus implicaciones en las variables macroeconómicas
2. Conocer las relaciones de paridad macro-financieras internacionales
3. Relacionar los tipos de interés y la tecnología con la balanza de pagos
4. Conocer las causas de los ataques especulativos en los mercados de divisas
5. Entender las uniones monetarias
6. Relacionar los regímenes de tipos de cambio fijos, semi-fijos y flexibles

Competencias del título:

1. Aplicar las herramientas de la Teoría Económica al análisis y discusión de situaciones reales
2. Llegar a conclusiones de carácter normativo, relevantes para la política económica, a partir de los conocimientos positivos
3. Conocer y manejar con solvencia los conceptos y métodos fundamentales de las finanzas
4. Hacerse con conceptos, teorías y modelos que permitan formarse opiniones rigurosas sobre la realidad del entorno económico global
5. Uso de métodos de predicción y conocimiento de su grado de fiabilidad

Temario

I. Finanzas internacionales y tipos de cambio

1. Nociones preliminares

o Tipos de cambio: Nominal, Real, Efectivos, Sistemas cambiarios

o Riesgo de tipos de cambio: Volatilidad, Mercado de derivados

o El mercado de divisas: Participantes, Instituciones y funcionamiento, Eurodivisas y mercados financieros offshore, Eficiencia del mercado de divisas

2. Relaciones de paridad internacionales

o Paridad de tipo de interés sin y con cobertura

o Paridad de poder adquisitivo absoluta y relativa

o Ecuaciones de Fisher

o Evidencia empírica de las paridades

3. Determinación de los tipos de cambio flexible. Evidencia empírica

o Modelos macroeconómicos de determinación de tipos de cambio

1. Modelo Mundell-Fleming, esterilización en mercado de divisas

2. Modelo del Overshooting

3. Modelo Monetario

4. Modelo de Portfolio

5. Burbujas

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

II. Modelos de macroeconomía internacional

1. Fundamentos microeconómicos de una economía abierta: Comercio intertemporal y balanza por cuenta corriente. Determinación de tipos de interés con base en la balance por cuenta corriente

2. Modelo neo-keynesiano para una economía abierta: Influencia del tipo de cambio en la actividad económica agregada e inflación

3. Modelos de Tipos de Cambio de Primera Generación: Krugman (1978). Ataques especulativos bajo tipos de cambio fijos

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

1. Tipos de Cambio Fijos versus Flexibles

2. Teoría de las Áreas monetarias óptimas

3. El euro y el Sistema Monetario Europeo, la Crisis de Deuda Soberana

4. La enfermedad holandesa

Metodología

- Clases teóricas: power-point (25% de las horas)
- Clases sobre modelos económicos (pizarra): contenido analítico y gráfico (15% de las horas)
- Realización del proyecto (15% de las horas)
- Estudio personal (35% de las horas)
- Evaluación (5% de las horas)
- Asesoramiento (5% de las horas)



Evaluación

Finanzas Internacionales

Participación: 10%

Proyecto: 10% (ver document Project Guide)

Examen Parcial: 35%

Examen Final: 45%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Examen Final: 80%

Proyecto: 10%

Participación en clase: 10%

Bibliografía

Basic Bibliography

[GEERT BEKAERT AND ROBERT HODRICK](#): International Financial Management, Pearson, 2009

[RICHARD M. LEVICH](#): International Financial Markets, Prices and Policies. Second Edition. McGraw Hill, 2001

[FRANCISCO L. Y LUIS A. RIVERA-BATIZ](#): International Finance and Open Economy Macroeconomics. MacMillan Publishing Company, 1994

Complementary Bibliography

[MAURICE OBSTFELD Y KENNETH ROGOFF](#): Foundations of International Macroeconomics. The MIT Press, 1998

[NELSON C. MARK](#): International Macroeconomics and Finance. Theory and Econometric Methods. Blackwell Publishers 2001

[EMMANUEL APEL](#): European Monetary Integration: 1958-2002. Routledge, 1998

[PAUL R. KRUGMAN Y MAURICE OBSTFELD](#): International Economics: Theory and Policy. Addison-Wesley



Series Temporales (2011-2012)

[Presentación](#)

[Objetivos](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Programa](#)

[Bibliografía](#)



Presentación

Departamento: Económicas.

Facultad: Económicas y Empresariales.

Titulaciones en las que se imparte:

Planes de estudios: ECO/ADE + Derecho, ECO, ADE

Curso: Series temporales (3er curso), Econometría II (5to curso), Técnicas cuantit. gestión II (5to curso)

Organización: Segundo semestre académico, de Enero a Mayo.

Número de créditos ECTS: Econometría II (4.5 ECTS), Técnicas cuantit. gestión II (4.5 ECTS), Series Temporales (6 ECTS)

Tipo de asignatura: obligatoria

Idioma en el que se imparte: Castellano e Inglés.

Requisitos: a comienzo de curso.

Profesores que la imparten: Dr. Luis Albréiko Gil Alaña (Inglés) y Dra. Betsabé Pérez Garrido (Castellano)



Objetivos

Competencias transversales:

1. Desarrollo del razonamiento lógico.
2. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
3. Sentido de la responsabilidad y del esfuerzo.
4. Planificación de tareas y gestión del tiempo.
5. Capacidad de aprendizaje autónomo

Competencias de la asignatura:

1. Conocer la utilidad y objetivos generales del análisis de series temporales.
2. Diferenciar entre los distintos modelos que se pueden aplicar.
3. Identificar el modelo más adecuado para la serie que se está analizando.
4. Interpretar los resultados obtenidos.
5. Estimar valores futuros.
6. Conocer y utilizar aplicaciones informáticas.



Metodología

- Clases teóricas con guías en PDF, que estarán a disposición de los alumnos.
- Clases de ordenador con guías en PDF.
- Ejercicios de cada uno de los temas.



Evaluación

- Examen parcial 1: **20%**.
- Examen parcial 2: **20%**.
- Examen final: **40%**. Preguntas teóricas y practicas.
- Entrega de ejercicios y/o trabajos pedidos durante el curso: **20%**.



Programa

Temario

1. Análisis de tendencias deterministas.
2. Métodos de alisado,
3. Métodos de descomposición.
4. Procesos Autoregresivos (AR)
5. Medias Móviles (MA).
6. Procesos ARMA
7. Temas adicionales.



Bibliografía

Bibliografía recomendada

1. Gujarati D.N., Porter D.C. (2010) Econometría. Quinta edición. Mc-Graw Hill.
2. Novales, A. (1993) Econometría. Segunda edición. McGraw-Hill.
3. Otero, J.M. (1993) Econometría. Series temporales y predicción. Editorial AC
4. Peña, D. (2005) Análisis de series temporales. Alianza Editorial, S.A.
5. Uriel, E. (1985) Análisis de series temporales. Modelos ARIMA. Colección ábaco.