



Corporate Finance (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[General information](#)

[Pre-requisites](#)

[Course objectives and competences](#)

[Methodology](#)

[Assessment](#)

[Bibliography](#)

General information

Faculty-in charge: Faculty of Economics and Business Administration

Department: Department of Business Administration

Professor in-charge: David López Da Lama

- Office: 0490

- Office hours: 16:00 - 18:00 every Monday

Classes: 1 class per week, 3 hours each class

Classroom: G8

Course Dates: 3 September to 1 December, 2012

Exam Period: 4- 22 December, 2012

Credit Points: 6 ECTS

Year: Third

Semester: First

Medium of Instruction: English

Pre-requisites

For UNAV students, the target group for this course is students who are in:

- 3rd year Business Administration (bilingual degree) - obligatory course
- 3rd year International Degree in Management (IDM) - obligatory course

Exchange students wishing to take this course are expected to have done at least two previous courses in Finance and one in Financial Accounting equivalent to UNAV's 1st year course in Fundamentals of Finance, 2nd year course in Financial Management I (called in Spanish Dirección Financiera I) and 2nd year course in Financial Accounting (called here Contabilidad II) in which they have knowledge of:

- Basic finance: time value of money, present and future value, net present value, basic bond pricing, debt versus equity financing, etc.
- Portfolio theory: portfolio risk, risk and return trade-offs
- Derivatives: options and futures, continuous pricing models (Black and Scholes), binomial pricing models
- Asset pricing: capital asset pricing model, arbitrage pricing model
- Financial statements: profit and loss statement, balance sheet, and cash flow statement

If you do not have these pre-requisites, you cannot take this subject without my approval. You can request by email and I will reply.



Course objectives and competences

This course is designed in the following broad areas so that student will be able to:

- Apply financial concepts and theories learned in earlier finance courses to a broad range of practical problems and case studies aimed at consolidating their technical knowledge and skills in finance and using corporate finance as a tool for decision making in a company
- Extend their technical finance knowledge and practical experience by dealing with other important corporate finance topics such as valuation, capital structure, and financing.
- Develop team skills as well as holistic and ethical values in finance.
- See [Introductory Session Document](#) that will be posted on ADI for more details

Methodology

Attendance is not obligatory but highly recommended:

The course is designed to be practical, interactive and full of classroom discussion.

There will be cases and problem sets to be solved for each of the sessions and presenting and answering questions about these during the class will form a relevant part of the part of the grade.

The teaching will be divided into two parts:

(1) Formal lectures in which I will talk about the theory and engage you as much as possible. During the lecture there will be different exercise that the students will work in class and present their answers and conclusions.

(2) Case discussion in which I will ask you questions about a case that you should have attempted to solve individually and handed-in at the beginning of the class (as well as the electronic copy via email).

Teaching material:

Case pack or financial documents that will be distributed each week.

Problem sets posted on ADI and you print them yourselves

Lecture notes on ADI

Other notes and announcements on ADI

Assessment

Cases Studies and Exercises discussed in class - 30%

Mid-term Exam - 20%

Final Project - 30%

Final Exam - 20%

Attendance to sessions with speakers is mandatory, otherwise penalized with 20% reduction of total grade

Repeat student assessment: Final exam will account for 70% of total grade (adding your previous results from case studies and exercises)



Bibliography

Recommended course textbook

- Principles of Corporate Finance, Bradley & Myers
- Analysis for Financial Management, Robert C. Higgins

Other helpful texts:

- Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, Tom Copeland, Tim Koller, Jack Murrin



Marketing I (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[Subject Presentation](#)

[Objectives and Methodology](#)

[Bibliography](#)

[Subject Assessment](#)

[Marketing Plan](#)

Subject Presentation



Marketing subject is focused on understanding external, economical and company factors that build the Marketing strategies of the company. Students will be able to identify and design the best Marketing Strategy in different markets and environments, understand how brand management works, they will learn how new tools such as digital media are giving new solutions to the companies to market their products and services. They will be able to build the best consumer approach taking into account the consumer target with the most efficient brand strategy. The subject will cover topics such as how to identify and empower the strengths of the company and how to protect from threats of the market.

Another key learning objective of the subject is to analyze the consumers behavior, its typologies and how to address them to build a successful impact and a long term loyalty level with them.

The entire subject is supported in each learning objective worldwide brand cases such as Danone, Apple, Easyjet, Procter & Gamble or Nike understanding with real examples why these companies succeeded or failed in their sector because of their marketing strategy.

To complete the consumer behavior understanding and the Marketing Strategy some lessons will cover the new trends on market research and the tools to identify consumer needs and market trends to maximize the forecasting and the customers predictability.

Marketing I is a prerequisite to study Marketing II (Market Research)

Professor: Pedro Mir

Email: pedro.mir@unav.es

<http://www.unav.es/asignatura/marketing1econom/>

Course: First Semester 3rd Business Administration (Optional for Economics Students)

Timetable and class: To be defined

Type of Subject: Compulsory Subject for Business Administration students. Optional for Economics students

School of Business and Economics Faculty Department: Business

Language : English

Students: Friday from 15.00 to 16.00 and from 19.00 to 20.00

Office: 1940 (School of Business and Economics Faculty Building)

Timming: Six Monthly

Objectives and Methodology

There is a new marketing paradigm in current market context. It's a critical moment to analyze the highly competitive market trends: there is a multi connectivity of the consumer, strong and powerful emerging markets with global offers and customization of the consumers demand are drawing a tremendous competitive environment both for big and small companies. Consumer decision power increased dramatically last years with new technologies making them able to create dialogues with the brands and companies.

As companies are demanding flexible profiles, empathic with consumer managers that should be able to generate high value innovative environments, at the end of Marketing I students should be able to

Knowledge:

- ü Student will learn how to lead with environmental factors and economical trends and how they impact on products, services and brands.
- ü Active learning with case method will be applied to immerse students into real situations of real products, services and brands. Multimedia cases will be used to understand how the marketing foundations are built and how companies build relationships with their customers.
- ü A focus on presentation skills, persuasion and public communications will be practiced to leverage communications skills of the students
- ü An introduction on Market research will be done by the students to realize about the complexity and the main factors of the market research.

Skills and Attitudes

One of the goals is to show a significant positive improvement during the course about the following competences:

- ü Communications Skills and maturity on interventions
- ü Analytical skills related to cases and problems discussed
- ü Ability to analyze and synthesize.
- ü Teamwork skills
- ü Punctuality and Rigor.
- ü Introduction to research skills and written expression about surveys done.
- ü Develop a sensitivity to social, ethical and environmental issues of economic topics.

Methodology

Marketing I subject is a Learning by Doing course where students will apply the theoretical lessons into real cases and examples. There will be updates about the final project (a real Marketing Plan) that the students



will have to deliver weekly and working papers will be done to summarize the learning objectives. The students will have to show the project status every week in public presentations or in written reports.

Students will attend two hours of theory classes and two hours of case discussions and papers preparation in relation with the topics learnt and requested by the professor. Papers readings and sharing with the rest of the group will be also an activity that will take place in the practical side of the subject.

Bibliography

Book: Marketing The Core. 4rd Edition, Kevin. Hartley. Rudelius, McGraw-Hill

[Find this book in the library](#)

Lessons

IESE Business CASE: "FACEBOOK" and "ADDING SOCIAL MEDIA to Marketing Mix"

Chapter 1 Creating Customer Relationships and Value through Marketing

Chapter 2 Developing Successful Marketing and Organizational Strategies

Chapter 3 Scanning the Marketing Environment

Chapter 4 Ethics and Social Responsibility in Marketing

Chapter 5 Understanding Consumer Behavior

Chapter 6 Understanding Organizations as Customers

Chapter 7 Understanding and Reaching Global Consumers and Markets

Chapter 8 Marketing Research: From Customer Insights to Actions

Chapter 9 Segmenting, Positioning and Forecasting Markets

Chapter 10 Developing New Products and Services

Chapter 11 Managing Products, Services, and Brands

Chapter 12 Pricing Products and Services

Chapter 13 Managing Marketing Channels and Supply Chains

Chapter 14 Retailing and Wholesaling

Chapter 15 Integrated Marketing Communications and Direct Marketing

Subject Assesment



Subject Assesment

Students involvement in **class participation** is a **must** to pass the subject. Class members will be organized in groups of three or four people that will prepare during the course the final project (a real Marketing Plan) and weekly will report to the professor and eventually presenting in class the advance of the project according with what has been learnt.

ü Final Subject assessment will be:

Subject Assesment.

ü Class Participation and Partial Group Projects

ü First Presentation of the Marketing Plan

ü Final Exam:

ü All the parts **MUST BE DONE** for the total assesment of the subject, they are not exclusive.

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.

The presentations of the Marketing Plan should be persuasive and impactful.

All the works have to be given strictly on time.

Extraordinary exam sessions: Students that failed the subject will have to

ü Final Exam



Marketing Plan





Marketing II (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[Basic info](#)

[Objective](#)

[Grading system](#)

[Outline & Bibliography](#)

[Summary](#)



Basic info



Professor: Pedro Mir

Office hours: Friday 18:00-20:00 hrs

Office: 2901 Econom Building.

pmir@unav.es

Objective

The objective of subject is to give a practical overview of the Marketing daily business from a managerial point of view. Students will learn how to manage a marketing strategy and implement it differentiating four ps strategies and advertising campaigns using new technologies and social media, also will learn how to identify a marketing problem and how to go deeper in the solution through market research using different methodologies and differentiating types of data to build effective solutions, how to design and implement researches for consumers

Final part of the subject will introduce the strategy of why marketing is crucial for services, how to apply marketing knowledge to intangible goods such as services and how to develop a marketing research plan to increase customer loyalty.

Kwoledgements:

- Student will learn how to manage the marketing mix of services, products and brands to reach consumer satisfaction.
- Active learning with case method will be applied to immerse students into real situations of real products, services and brands. Multimedia cases will be used to understand how the marketing foundations are built and how companies build relationships with their customers.
- Practice and cases will be solved by students with market surveys using both online and offline tools
- A focus on presentation skills, persuasion and public communications will be practiced to lever communications skills of the students
- Market research methods and methodologies will be tough.



Grading system

Final Exam (Theoretical aspects)

Qualitative project (group).

Quantitative project (group).

Homework and participation in class

Outline & Bibliography

Part I MARKETING MIX MANAGEMENT:

Lesson 1: Managing Products Services and Brands

Lesson 2: Pricing Strategies

Lesson 3: Retailing and Wholesaling

Lesson 4: Advertising Sales, Promotion and Public Relations

Part II MARKETING MIX AND RESEARCH

Lesson 5: Information driven technology and the research process

Lesson 6: Secondary Research: Designs, searches and sources

Lesson 7: Exploratory research using qualitative and observation methods.

Lesson 8: Analyzing and reporting qualitative research

Lesson 10: Questionnaire design: concepts and issues.

Part III MANAGING SERVICES AND MARKETING MIX:

Lesson 11: Consumer behavior in services

Lesson 12: Customer expectations of service.

Lesson 13: Consumer perceptions of service

Lesson 14: Employees' roles in service delivery

Books:

- **Part I:** Marketing The Core. 3rd Edition, Kevin. Hartley. Rudelius, McGraw-Hill (Chapters 11, 12, 14, 15)
- **Part II:** Marketing Research: Within a Changing Information Environment, 3/e, Joseph Hair, Robert P. Bush, David J. Ortinau, ISBN: 0072830875
Copyright year: 2006 (Chapters, 3, 5, 6, 7, 13)
- **Part III:** Services Marketing, 1st Ed. Wilson, A. Zeithaml and M.J Bitner. McGraw Hill. (Chapters 1, 2, 3, 6)



Summary

Marketing subject II is centered on the daily business of marketing, using marketing mix management and making a focus on the consumer approach through research and services marketing. The subject is divided in three parts which are marketing mix strategies and tools, consumer understanding through research and marketing applied to services. Consumer behavior and strategies that don't fit with people's desires and preferences are the most common problems in marketing departments where market research can help to re-define strategies and product mix.

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".



Operation Management (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[Introduction](#)

[General information](#)

[Goals](#)

[Learning outcome for students attending the course](#)

[Course contents](#)

[Methodology](#)

[Grading](#)

[Bibliography](#)

Introduction

Operations Management is a subject in which the Operations System of the company is analyzed. The Operations System includes all the activities and decisions related to the design and production of products and services in a company. In the case of production companies, the Operations Systems concerns especially decisions related to the flow of materials. The Operations System is a key area to ensure the competitiveness of a company, so their understanding is very important for comprehensive understanding of the company.

This subject is taught both in English and Spanish by:

- José Antonio Alfaro (jalfaro@unav.es) in Spanish.
- Victoria Rodríguez (vrodriguez@unav.es) in English.

General information

Credits ECTS: 6

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

Profile: Business Management.

Module: Organization and Business Management

Subject: Operations Management

Department: Business

School: School of Economics and Business Administration

Type of course (basic, compulsory, optional): Compulsory in Business Administration and optional in Economics.

Goals

Specific skills and abilities:

1. To obtain knowledge about the Operations Subsystems in the firm.
2. To develop the ability to identify and state the goals related to the Operations Subsystem.
3. To understand the operational strategic decisions in a firm.
4. To develop the ability to apply the project management tools.

General skills and abilities:

5. To analyze with objective data decisions related to the operations subsystem in real companies.
6. To know the organizational structure of a company, and coordinating relations / conflict between the different areas / departments / subsystems that comprise it.
7. To develop skills needed to analyze the problems of a company from the point of view of competitive strategy.
8. Learn to write and present a technical report.

Learning outcome for students attending the course

1. Strategic analysis of the operation decisions in a company through the teamwork with real companies.
2. Final exams aimed to evaluate subject's outline.
3. Oral presentations of the teamwork and justify the decisions made.
4. Writing of reports of the teamwork.



Course contents

TOPIC 1. Project management

TOPIC 2. Introduction to manufacturing processes.

TOPIC 3. Type of manufacturing processes.

TOPIC 4. Capacity of a manufacturing process.

TOPIC 5. Efficiency of a manufacturing process.

TOPIC 6. Production management.

Methodology

The methodology of the subject will be the Project Based Learning. As a consequence students will develop a teamwork in which theoretical knowledge must be applied and improvements in the operational subsystem of the company must be proposed and justified. During the project, teamwork will have to present three technical reports and attend three meeting with the professor to review the project progress.

1. Classroom activities (40 hours):

a. Professor classes: 24 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. Working skills are related to the goals 1, 2, 3, and 4.

b. Reviewing sessions (3 hours): at these sessions the work done by the teamwork will be reviewed, questions will be solved and recommendations for further work will be given. Goals 6, 7 and 9 will be worked.

c. Oral presentations (8hours). Each group has to present, at least twice, their work. All students must attend presentations in order to know the operations in other companies. Goal 8 is worked.

d. Evaluation sessions (5 hours).

2. Non-classroom activities (110 hours):

1. Teamwork (80 hours): is the most effort required activity in the subject. Its goal is that students discover and develop basic skills in order to do a rapid diagnosis and propose improvements in the operations related activities. Goals 1 to 9 are worked.

2. The student will spend around 30 hours to study the course material, to understand the concepts explained in class, to apply them to the teamwork, to look for information, to prepare meeting with the company, and finally, to prepare the exams. Goals 1, 2, 3 and 4 are worked.

Grading

Teamwork:

- Activity: the first week of the course the project is proposed.
- Description: the project is a learning activity through which the lecturer guides students in the self-learning process.
- Evaluation: the development of the project, its technical content, the oral presentation and the justification of decisions made are going to be evaluated.
- Project 50%

Final exam:

- 50%

REQUIREMENT TO APPROBE THE SUBJECT: To pass the course, students must earn at least 4 out of 10 in each of the two parties. The final grade for the course will be determined by the weighted average.

June announcement:

1. Valuation of the project done during the year: 50%
2. Final exam: 50%

In the announcement for June it will be allowed to deliver additional works to those performed during the course in order to increase the grade obtained in exercises and works.



Bibliography

- Chase, R.B., Jacobs, F.R., Aquilano, N.J. (2005). Operations Management for Competitive Advantage. McGraw Hill (11 edition)
- Heizer, J., Render, B. (2008). Principles of Operations Management. Prentice Hall (7th edition).
- http://www.thomsonparaninfo.com/material_apoyo/8497322584/
- Salvendy, G. (2001) Handbook of Industrial Engineering: Technology and Operations Management. Adisson Wiley & Sons.
- Schroeder, Roger G. (1993) Operations management: Decision making in the operations function. McGraw-Hill (New York) 4th edition



International Finance (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentation](#)

[Descripción](#)

[Goals](#)

[Syllabus](#)

[Methodology](#)

[Evaluation](#)

[Bibliography](#)

[Project](#)



Presentation

Presentation

- Professors: Antonio Moreno Ibáñez
- E-mail: antmoreno@unav.es
- Classes: Tues 6-8pm (G05), Wed 6-7pm (G05).
- Office Hours: Tuesdays 9-12pm
- Office: 2530.
- 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.

Goals

Course Goals

1. Understand factors influencing foreign exchange markets and implications for macro variables
2. Get to know international macro-finance parity relations
3. Relate interest rates, technology and the balance of payments
4. Get to know causes behind speculative attacks in foreign exchange markets
5. Understand monetary unions
6. Relate fixed, semi-fixed and floating exchange rate regimes

Degree Goals

1. Apply Economic Theory tools to analysis and discussion of real-world situations
2. Reach normative conclusions for economic policy based on positive economics/finance concepts
3. Reliable knowledge of fundamental methods and concepts in Finance
4. Understand concepts, theories and models in order to have rigorous views on reality and the global economic environment
5. Use of prediction methods and knowledge of their reliability

Syllabus

I. International Finance and Exchange Rates

1. Preliminary Notions

- o Class Context
- o Exchange Rates: Nominal, Real, Effective, Foreign Exchange Systems
- o Exchange Rate Risk: Volatility, Derivatives Market
- o Foreign Exchange Market: Participants, Institutions, Dynamics, Euro-currencies, Offshore Financial Markets, Efficiency in Foreign Exchange Market
- o Arbitrage in the foreign exchange market

2. International Parity Relations

- o International Covered and Uncovered Interest Rate Parity Conditions
- o Absolute and Relative Purchasing Parity Conditions
- o Fisher Equations
- o Empirical Evidence on the Parities

3. Determination of flexible exchange rates. Empirical Evidence

o Models of Exchange Rate Determination

1. Review of Mundell-Fleming + Sterilization Operations

2. Overshooting Model

3. Portfolio Model

4. Bubbles

o Exchange Rate Prediction

1. Economic Models

2. Chartism

4. Determination of fixed and semi-fixed exchange rates

5. Fixed and Flexible Exchange Rates: Advantages and Disadvantages; the Dutch Disease

II. Global Financial Crises

1. Current account imbalances: A Micro-founded Open Economy Model: Intertemporal Trade and Current Account Determination. Interest Rate
2. Speculative Attacks under fixed exchange rates: First Generation Exchange Rate Models: Krugman (1978)
3. The European Sovereign Debt Crisis
 - Optimal Currency Areas Theory
 - The European Monetary System and the Euro
 - The Current European Crisis (2010 -)

Methodology

- Theoretical classes: power-point (25% of the hours)
- Classes on economic models (blackboard): graphical and analytic content (15% of the hours)
- Project (15% of the hours)
- Personal study (35% of the hours)
- Evaluation (5% of thehours)
- Advising (5% of the hours)

Evaluation

International Finance

Participation: 10%

Project: 15% (see document Project Guide)

Mid-term Exam (MARCH 20): 40%

Final Exam (MAY 3): 35%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Final Exam: 75%

Project: 15%

Class Participaton: 10%

Bibliography

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



International Trade (F. ECONÓMICAS) (2013-2014)

[Presentation](#)

[Objectives](#)

[Acquisition of competences](#)

[Methodology](#)

[Time's distribution](#)

[Time schedule](#)

[Evaluation](#)

[Syllabus](#)

[Bibliography](#)

[Work](#)

Presentation

Courses name: International trade

Department: Economics

School: Economics and Business Administration

Credits (ECTS): 6

Semester: 1st

Students number of hours of work (approx.): 150

Language: English

Website: <http://www.unav.es/asignatura/intradeeconom/>

Schedule of lectures:

- Tuesday, 17.00-19.45
- Lecture Theatre 3. Edificio Amigos
- Lecturer: Javier Elizalde Blasco
- Website: <http://www.unav.edu/web/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/javier-elizalde>
- Email: jelizalde@unav.es
- Office hours: Tuesday 11.00-13.00, Thursday 11.00-12.00
- Office: 2190 Edificio Amigos

Objectives

The course is focused on the study of international trade.

First of all, we will pay attention to the evidence on countries behaviour regarding foreign trade that, joint with the study of several economic theories on this topic, will allow us to understand the pattern of trade between countries. The student will be able to understand the importance of international trade in current economies as well as to get a solid knowledge of some theoretical models of international trade.

The student will also be able to learn about some of the most current issues around international trade, starting from the classical discussion of free trade versus protectionism. One of the objectives of this course is to help the student to reach a rigorous and well informed opinion about these issues.

Acquisition of competences

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

1. Development of logical reasoning.
2. Ability of analysis and synthesis of the defined problems.
3. Motivation and self-improvement.
4. Sense of responsibility and effort.
5. Ability of oral communication.
6. Ability of team work.
7. Ability of critics and self-critic.
8. Foster the abilities of innovation and leadership.
9. Planning of tasks and time management.
10. Punctuality and ethics at work.
11. Ability of autonomous learning.
12. Interdisciplinary vision of the economic problems.
13. Initiation in basic research techniques as well as the written expression of the results in deep but brief works.
14. The necessary control of English to use scientific bibliography in that language and to be able to carry out written work and oral presentations.
15. Foster the sensitivity towards the ethical, social and environmental problems of the economic issues.
16. Development of an integral vision of the phenomena that transform the international economic environment.
17. Knowledge and management of the model and rigorous arguments that are used in the debate of the profits and costs of international trade.
18. Acquire concepts, theories and models that allow the student to form rigorous opinions about the reality of the global economic environment.
19. Ability to combine and complete the economic reasoning with those of other disciplines.

Methodology

The dynamics of the course is mainly based on the learning of the main economic models on international trade, necessary to understand some aspects such as the pattern of international trade, countries specialization, income distribution caused by trade, barriers to trade and protectionism.

The learning of the models requires the understanding of the fundamental concepts that the model tries to explain. Afterwards the assumptions of the models are explained in detail and the equations and graphs are performed. Finally, a lot of attention is paid to the models results in order for the student to understand the conclusions of that theory and the reasons why the model is used.

Developing theoretical models is complemented with performing practical problems that help understand the model and the role played by each of the assumptions on the exercise results and therefore on the models conclusions.

The students will perform five evaluable assignments, each for each chapter, that are worth a 20% of the final grade.

Moreover, the students will perform a work in pairs in which, after reading some news, articles or book chapters, they will discuss about one topic of international trade. In this work the evaluator will primarily assess the critical spirit of the students as well as their ability to understand how the real events back or refute the models analysed. This work is worth 20% of the final grade.

Chapter 6 will mainly consist of classroom discussions on the hottest topics on international trade. For each of those classes, there will be an article that the student has to work on at home and will be discussed in the classroom. The participation in those discussions is worth 10% of the final grade.

There is one written exam, that will take place in the December exam period, which is worth 50% of the final grade, with two parts: the first one is a multiple-choice test with 15 questions, each with four choices and one valid answer. Each correct answer adds one point and each incorrect answer deducts one quarter of a point. The second part consists of two practical exercises corresponding to two of the models studied in chapters 2 to 5.



Time's distribution

Theoretical lectures: 39 hours

Assignments home working hours: 31 hours

Individual study hours: 60 hours

Works home working hours: 20 hours

Time schedule

Day 1 (September 3rd): Chapter 1.

Day 2 (September 10th): Chapter 1 and Chapter 2.

Day 3 (September 17th): Assignment #1 (in the classroom) and Chapter 2.

Day 4 (September 24th): Chapter 2.

Day 5 (October 1st): Submission of Assignment #2 and Chapter 3.

Day 6 (October 8th): Chapter 3.

Day 7 (October 15th): Submission of Assignment #3 and Chapter 4.

Day 8 (October 22nd): Chapter 4.

Day 9 (October 29th): Submission of Assignment #4 and Chapter 5.

Day 10 (November 5th): Submission of Work and Chapter 5.

Day 11 (November 12th): Submission of Assignment #5 and Chapter 5.

Day 12 (November 19th): Chapter 6.

Day 13 (November 26th): Chapter 6.

Evaluation

ORDINARY EVALUATION (DECEMBER):

Assignments (chapters 1-5): 20%.

Participation in discussions (chapter 6): 10%.

Group work: 20%.

Final paper: 50%.*

*A minimum of 4 in the final exam is required to pass the course.

EXTRAORDINARY EVALUATION (JUNE):

Assignments (chapters 1-5): 20%.

Participation in discussions (chapter 6): 10%.

Final paper: 70%.*

*A minimum of 4 in the final exam is required to pass the course.

Syllabus

1. Main patterns of international trade
2. Gains from international trade. Ricardian model
3. Who gains and who loses. Specific factors model
4. Specialisation. Factor-proportions model
5. Barriers to free trade
6. Discussions of current topics on international trade



Bibliography

PAUL R. KRUGMAN, MAURICE OBSTFELD: **International trade. Theory and policy**. Addison Wesley editors.

ROBERT J. CARBUAGH: **International Economics**. South-Western CENGAGE Learning.

Work

Introduction

The grade of this work is worth a 20% of the final course grade.

Groups

The groups must be formed by two students.

Material

For this work, the students must use press news (printed or digital), articles of opinion and/or fragments of books on international trade (it is not recommended to use more than three items in total), joint with the class notes.

Topics

Choose one of the following topics:

1. Tariffs
2. Export subsidies
3. Import quotas
4. Voluntary export restraints
5. Local content requirements
6. History of the European Union (ECSE, EEC,...)
7. Trade wars
8. Preferential trading agreements
9. Trade with China
10. Mercosur
11. NAFTA
12. Financial crisis and protectionism
13. World Trade Organization
14. Infant industry argument

Content

1. Summary of the main ideas
2. Contribution
3. Conclusions
4. References: Titles of the articles, news or book fragments of reference (with the corresponding link in the case of digital material).

Evaluation

The evaluator will value the originality of the ideas, the rigor of the opinions and the relation with the course material.

Presentation

The essay must be written in PC, with a size 12 of Times New Roman style, with lines separated by 1.5 and the maximum extension is 3 pages.



Dates

- Presentation of proposals: Friday October 11th. It must include the name of the two people and the chosen topic. If the student has not found a mate, the proposal must include the chosen topic and the name of the student. The lecturer will match him/her with another student.
- Submission of the essay: Tuesday November 5th.

Submission

Both the proposal and the essay must be submitted via e-mail to jelizalde@unav.es with the following e-mail title: International Trade Work.



Econometría Básica (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[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.



Economía Pública (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[PRESENTACIÓN](#)

[DATOS GENERALES](#)

[COMPETENCIAS](#)

[APRENDIZAJE](#)

[METODOLOGÍA](#)

[PROGRAMA](#)

[EVALUACIÓN](#)

[REFERENCIAS](#)

[LECTURAS COMPLEMENTO](#)

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 (3º)

Grupos DAE, DEE, GML, GEL (4º)

- **Martes:** 16:00 - 18:00 (**Aula 3**)
- **Miércoles:** 16:00 - 18:00 (**Aula 3**)



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, IDE, DEE y GEL; optativa en LADE, IDM, DAE y GML.
- 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.es/jcmolero>
- <http://www.unav.es/jcmolero/en>

***Horario de asesoramiento** (despacho: 3040, 3ª planta, Torre Edificio de Económicas):

- **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: 38 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: 4 horas.
- Realización de exámenes: 3 horas.

TOTAL HORAS DE TRABAJO: 150 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 3 puntos**.

- Fecha límite para presentar el borrador de la presentación: **14 de septiembre de 2012**, 23:55 horas. El retraso se penalizará.
- El borrador se presenta según el modelo adjunto. Los grupos serán de 1, 2 ó 3 componentes. 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 (información provisional) de la asignatura que ayudarán en la preparación de las exposiciones y en la evaluación de las mismas: Sergio Achutegui Puerta (sachutegui@alumni.unav.es) y Alberto Pérez Herrera (aperez.8@alumni.unav.es)
- A partir del **17 de septiembre de 2012** se irá informando a los grupos acerca del borrador presentado: aprobación, reforma o rechazo.
- Entrega del power point final: **17 de octubre de 2012**. 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 de 16 a 18 horas. Miércoles de 16 a 18 horas.

2.- EXAMEN PARCIAL OCTUBRE (tipo test): **Valoración 2 puntos**.

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

4.- 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.

5.- EXAMEN FINAL DICIEMBRE (preguntas de desarrollo): **Valoración 3 puntos**.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA (JUNIO)

Consiste en un examen como el final de diciembre. **Valoración 7 puntos**. Se guarda la nota sobre 3 puntos de la presentación de power point realizada en clase.



NOTA: Alumnos de "Economía del Sector Público I" (*con posibilidad de negocio*):

- 1) No tienen obligación de asistir a la cuarta hora de la semana, cuando ésta sea una hora de carácter práctico.
- 2) Por lo señalado en el punto anterior, el punto de participación en la hora práctica se evaluará conjuntamente con el punto de participación en las clases generales. En resumen, la participación en clase valdrá dos puntos. El resto de apartados se valorarán igual que para los alumnos de grado.

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.

[Localiza este libro en la biblioteca.](#)

Otras referencias de apoyo:

- ROSEN, H.S. & GAYER, T. (2010): *Public Finance*, Ed. McGraw-Hill Higher Education, 9ª edición. Existe versión en castellano de la 7ª edición en McGraw-Hill (ed.): *Hacienda Pública*, del año 2007.
- EGEA IBAÑEZ, E. (2008): *Lecciones de Hacienda Pública. Sector Público y Presupuestos*, Ed. Diego Marín Libre-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 COMPLEMENTO

TEMA 1:

- [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 \(II\)](#)
- [Informe Anual del Banco de España, 2011](#), pág. 117
- [Programa de Estabilidad España. 2012-2015](#) (rectificado con el Plan Presupuestario 2013-2014, de 3 de agosto de 2012)

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.
- [Presupuestos Generales del Estado 2008: LIBRO ROJO](#)
- [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](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2012 \(I\): LIBRO AMARILLO](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2012 \(II\): CUADERNO BLANCO](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2012 \(III\): LIBRO AZUL](#)
- [Proyecto Presupuestos Generales del Estado 2012 \(IV\): Visión Círculo de Empresarios](#)

TEMA 7:

- [Web Seguridad Social](#)
- [Proyecto Presupuestos Seguridad Social 2011](#)
- [Proyecto Presupuestos Seguridad Social 2012](#)
- [Proyecto Presupuestos Seguridad Social 2013](#)

Otros documentos de interés:

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



Contabilidad de Gestión (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[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 D-46)

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 (5 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 (20 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

[Localiza estos libros en la Biblioteca](#)

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)



Series Temporales (F. ECONÓMICAS) (2012-2013)

[Presentación](#)

[Contenido](#)

[Objetivos \(Competencias\)](#)

[Documentación](#)

[Metodología](#)

[Evaluación](#)

[Bibliografía](#)

Presentación

Asignatura: Series Temporales

Curso: Tercero Economía, Quinto Doble Economía-Dcho

Cuatrimestre: Segundo

Asignatura: Obligatoria

Idioma: Castellano

Departamento: Economía

Grado: Economía, Administración y Dirección de Empresas

Facultad: CC. Económicas y Empresariales

Profesora: Juncal Cuñado (jcuñado@unav.es)

Despacho: D37, Edificio nuevo de Económicas

Horario de atención al alumno: Lunes, de 9:30 a 11:00; Jueves, de 11:00 a 12:30

Página web: [http:// www.unav.es/asignatura/seriestemporaleseconom/](http://www.unav.es/asignatura/seriestemporaleseconom/)

Contenido

1. Series temporales. Introducción.
2. Series temporales estacionarias. Modelos AR(p)
3. Series temporales estacionarias. Modelos MA(q)
4. Modelos ARMA(p,q)
5. Metodología de Box-Jenkins.
6. Estacionalidad.
7. Series temporales no estacionarias. Modelos ARIMA(p,d,q)

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.

Documentación

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

- Transparencias en power-point.
- Ejercicios: están disponibles en ADI. En cada una de las hojas de ejercicios, se indica la fecha de entrega.
- Prácticas para realizar en el CTI: se entregan antes de comenzar las clases.
- Datos para realizar las prácticas: están disponibles en ADI.

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

- Ejercicios en clase: 10%
- Prácticas en clases prácticas (CTI): 10%
- Examen parcial: 20%
- Examen final: 70%



Bibliografía

Básica:

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

[Localiza este libro en la biblioteca](#)

Complementaria:

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