



Universidad
de Navarra

Asignatura: Dirección Comercial I (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2014-15

Presentación

<http://www.unav.es/asignatura/dircomercial1econom/>

Dirección comercial I

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,

La asignatura Dirección Comercial I es la primera de las asignaturas de la materia de Marketing con contenido de carácter obligatorio que han cursar todos los alumnos del Grado de Administración y Dirección de Empresas. Estos conocimientos han de completarse con la asignatura Dirección Comercial II. Al mismo tiempo que se introducen las primeras nociones de Marketing, se pretende preparar a los estudiantes para adquirir conocimientos más profundos de esta disciplina a lo largo de su formación.

Profesores: Pedro Mir Bernal pmir@unav.es (profesor responsable)

Mónica Recalde Viana mrecaldev@unav.es

Grado: Grado de Administración y Dirección de Empresas, Doble grado de Administración y Dirección de Empresa y Derecho, Grado de Economía

Curso: 3º y 4º



Semestre: primero

Horario y aula: viernes 11.30 a 14 h. Aula 5.

Carácter de la 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: Viernes de 9 a 11 horas (sujeto a confirmación por eventuales cambios en el horario)

Despacho: Mónica Recalde 2210

Organización temporal: Semestral

ECTS: 6

Objetivos

Esta primera asignatura de naturaleza introductoria tiene como principal objetivo iniciar a los alumnos de Administración y Dirección de Empresas en los conceptos básicos, instrumentos y decisiones de Marketing. Este objetivo general se desglosa, a su vez, en los siguientes:

1. Aportar la visión comercial al conjunto de la Empresa
2. Capacitar al alumno para comprender la evolución de la comunicación comercial y sus implicaciones en las formas de liderazgo y gestión.
3. Ayudar a comprender la cadena de valor a la que está sometido el negocio de la comunicación comercial.
4. Aprender 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.
5. 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



- Lectura y preparación de casos

- **Total: 150 horas**

Programa

1. El mercado y su entorno
2. Investigación comercial y sistemas de información en marketing
3. La estrategia de marketing
4. Productos, servicios y gestión de marcas
5. Estrategias de precio
6. Gestión estratégica de ventas
7. Distribución y gestión del canal
8. Plan de marketing
9. Marketing de relaciones y gestión del servicio al cliente
10. Marketing y nuevas tecnologías
11. Nuevas tendencias en marketing
12. Comportamiento del consumidor:
 - Niveles explicativos del comportamiento de compra y consumo
 - La infraestructura de la motivación
 - Personalidad
 - Percepciones, selección e interpretación
 - Actitud de compra
 - Intención de compra



13. Comunicación estratégica:

- El cambiante entorno de la comunicación
- El proceso de comunicación
- Comunicación en la empresa
- Organización
- Desarrollo de una campaña: objetivos, planificación, proceso creativo, medios y evaluación

14. Marketing con causa

- Concepto y diferenciación
- Contexto
- Condiciones
- Evolución
- Principios de gestión
- Desarrollo de una campaña: planificación, elección de una causa, negociación, acuerdo, dirección, comunicación y evaluación

15. Marketing e innovación: nuevas tendencias y marketing interactivo

- Tendencias actuales en el marketing: TICs, marketing digital, social media
- Procesos de innovación

Cronograma

Septiembre

- **Viernes 5** Presentación del Curso: Introducción a la Dirección Comercial. Tema 1.
- **Viernes 12**
- **Viernes 19**
- **Viernes 26**

Octubre

- **Viernes 3**
- **Viernes 10**
- **Viernes 17** tema 12: comportamiento del consumidor
- **Viernes 24** tema 12 y 13: comportamiento del consumidor y comunicación estratégica. *Entrega práctica mapa perceptual.*
- **Viernes 31** tema 13: comunicación estratégica.

Noviembre

- **Viernes 7** tema 14: marketing con causa *Entrega práctica campaña de comunicación.*
- **Viernes 14** tema 14: marketing con causa. *Entrega práctica marketing con causa.*
- **Viernes 21** Tema 15. Marketing e innovación tendencias



- **Viernes 28** Conclusiones finales.

Evaluación

Convocatoria ordinaria:

- Trabajos por escrito: 2 puntos. Resolución de casos con propuestas originales especificando la relación con la teoría vista en clase, las prácticas individuales se valorarán teniendo en cuenta su correcta fundamentación teórica además de la presentación y la corrección ortográfica.

Dos ejemplos de trabajos: elaboración de una campaña de comunicación, elaboración de un mapa perceptual

- Plan de marketing: 1 punto. Presentación de un plan de marketing en el que se recojan todos los temas vistos durante la asignatura, desde una correcta investigación de mercado hasta un plan integral que aborde el desarrollo de marketing del producto o servicios elegidos. Igualmente se tendrá en cuenta una correcta presentación y la profesionalidad.
- Presentaciones en clase: 3 puntos. Se valorará tanto formalmente como el contenido. Respecto a la forma la capacidad de exposición oral, argumentación, la correcta resolución de preguntas así como el formato. En cuanto al contenido, una estructura clara, apoyado en datos e investigación, bien fundamentado y con propuestas originales.

Dos ejemplos de presentaciones: elaboración de una investigación de mercado, desarrollo de un plan de comunicación

- Participación: 1 punto. Se valorará el interés individual que se manifestará tanto en la asistencia a clase, como las preguntas hacia el profesor, los comentarios que puedan agregar contenido al temario y la correcta resolución de casos.
- Examen final: 3 puntos. Las respuestas deberán ser concisas apuntando el contenido que se pregunta, bien argumentadas y apoyadas en el material de clase y la bibliografía. Igualmente se tendrá en cuenta la presentación y corrección ortográficas.

Los ejemplos de preguntas del examen será explicados en clase.

Convocatoria extraordinaria:

- Examen final: 100% Las respuestas deberán ser concisas apuntando el contenido que se pregunta, bien argumentadas y apoyadas en el material de clase y la bibliografía. Igualmente se tendrá en cuenta la presentación y corrección ortográficas

Bibliografía y recursos

Manual del curso:

[Localiza estos libros en la Biblioteca](#)

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

Fundamentos de Marketing de Miguel Santesmases, M^º Jesús Merino, Joaquín Sánchez y Teresa



Pintado. Editorial Pirámide.

Por qué compramos: la ciencia del Shopping. Paco Underhill. Gestión 2000.

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.

Otros recursos:

<http://www.aedemo.es/aedemo/>

<http://www.marketingdirecto.com/>

<http://ipmark.com/>



Universidad
de Navarra

Asignatura: Dirección Financiera I B (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2014-15

Presentación

<http://www.unav.es/asignatura/dirfinanciera1Beconom/>

Dirección Financiera I B (F. ECONÓMICAS)

Finanzas I

Año académico 2014/15

Temática de la asignatura: En esta asignatura se introducen las principales características de los distintos tipos activos financieros además de sus propiedades riesgo-rentabilidad. En base a estos activos financieros se estudiará la teoría de formación de carteras óptimas de acuerdo al perfil del riesgo del inversor, así como una serie de modelos de valoración de dichos activos. El programa finaliza con una serie de teorías sobre la eficiencia de los mercados y una introducción a los mercados de opciones y futuros.

- Profesores: Sergio Mayordomo y María Rodríguez-Moreno
- E-mail: smayordomo@unav.es y mrodriguez@unav.es
- Asignatura: Finanzas I
- Créditos: 6
- Semestre: Primero
- Periodo de clases: Septiembre – Diciembre, 2014
- Horario de clases: Lunes (de 16:00 a 18:00) y jueves (de 18:00 a 20:00) en aula 12.

Competencias

La asignatura tiene por objetivo explicar el funcionamiento de los distintos mercados financieros y analizar la toma de decisiones de inversión. El primer objetivo de la asignatura es permitir al alumno



identificar e interpretar las principales características de los productos financieros: acciones, índices de acciones, bonos y obligaciones, derivados etc. El segundo objetivo es el estudio del riesgo de mercado en el marco riesgo-rentabilidad así como la teoría de formación de carteras para definir la cartera óptima de activos en función del perfil de riesgo del inversor. En tercer lugar, los alumnos aprenderán a aplicar los modelos de valoración de activos. Por último, se estudiará el concepto de eficiencia de mercado y sus distintas dimensiones.

Las competencias que se corresponden de forma directa con el contenido, metodología y evaluación seguida en esta asignatura son las siguientes:

Competencias transversales:

1. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
2. Capacidad de trabajo en equipo.
3. Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas.
4. Iniciación en técnicas de investigación básica, así como la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.

Competencias específicas:

1. Conocer los aspectos más relevantes de operaciones societarias, derivados financieros, medidas de riesgo, y proyectos de inversión.
2. Analizar en casos reales diferentes situaciones contables y financieras de una empresa y su proyección futura a través del análisis de la estructura de capital y modelos de valoración.
3. Desarrollar casos prácticos.
4. Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones.

Programa

1. Introducción

Bloque I: Activos y Mercados Financieros

2. Activos financieros
3. Índices de acciones
4. Fondos de Inversión y otras formas de Inversión Colectiva
5. Derivados
6. Funcionamiento de los Mercados Financieros



Bloque II: Riesgo, Rentabilidad y Carteras Óptimas

7. Riesgo y Rendimiento (Marco Media – Varianza)
8. Aversión al Riesgo y Asignación de Capital
9. Carteras Arriesgadas Óptimas
10. Modelo de un solo índice y Capital Asset Pricing Model
11. Eficiencia de Mercado

Actividades formativas

Estructura de las clases teóricas y prácticas:

El contenido de la asignatura se cubrirá en clases teóricas y prácticas de 45 minutos de duración cada una. La asistencia es obligatoria y en caso de ausencia se necesitará el correspondiente justificante.

La distribución de las clases teóricas y prácticas es la siguiente:

- Clases teóricas: 33 horas
- Clases prácticas: 22 horas
- Ejercicios, casos y estudio en casa: 100 horas
- Exámenes: 5 horas
- Horas dedicadas total: 160 horas

Ejercicios prácticos:

Los ejercicios estarán disponibles en ADI al menos con una semana de antelación a la fecha límite de entrega. El alumno entregará al profesor una copia de los ejercicios al principio de la clase práctica antes de la corrección de los mismos. Los ejercicios deberán realizarse de forma individual y serán resueltos en clase por el profesor con la participación de los alumnos. Habrá además un caso práctico referente a la parte de los modelos de valoración de activos. El caso práctico estará basado en el contenido del curso y se corregirá en clase.

Exámenes:

Habrá un examen final una vez haya concluido el curso con una duración de 3 horas y un examen parcial durante el curso.

Evaluación

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

Habrá dos exámenes (un parcial y un final). En cada examen la materia es acumulativa y nunca liberatoria.

La **calificación final de la asignatura** para la **evaluación ordinaria de diciembre** se obtendrá de acuerdo con las siguientes ponderaciones:



- **Examen parcial:** 25%. Se realizará en el horario de clases.
- **Examen final:** 60%. Este examen tendrá lugar en la fecha asignada por la Facultad.
- **Trabajo práctico (caso), asistencia y participación en clase:** 15%.

La **calificación final de la asignatura** para la **evaluación extraordinaria de junio** se obtendrá de acuerdo con las siguientes ponderaciones:

- **Examen parcial:** 25%. Realizado en el primer semestre en el horario de clases.
- **Examen final:** 70%. Este examen tendrá lugar en la fecha asignada por la Facultad.
- **Trabajo práctico (caso), asistencia y participación en clase:** 5%

Bibliografía y recursos

Referencia principal:

[Localiza estos libros en la Biblioteca](#)

Bodie, Kane, y Marcus (2004), *Principios de Inversiones*, McGraw-Hill (Edición num. 5).

Versión en inglés: Bodie, Kane, and Marcus (2011), *Investments and portfolio management*, McGraw-Hill (9th Edition).

Diapositivas en Power Point, documentos Excel y otro material que estará disponible en ADI.

Otras referencias:

Brealey, Myers and Allen (2010), *Principios de Finanzas Corporativas*, McGraw Hill (Edición num. 9).

Grinblatt and Titman (2003), *Mercados Financieros y Estrategia Empresarial*, McGraw Hill (Edición num. 2).

Jordan and Miller (2011), *Fundamentals of Investments*, McGraw-Hill (Edición num. 6).

Horarios de atención

Especifica los horarios en los que el profesor estará accesible para las dudas y consultas de sus alumnos

- Sergio Mayordomo Gómez (smayordomo@unav.es)
 - Despacho 2500. Edificio Amigos (segundo piso, torre)
 - Horario: martes de 15.30 a 17.30
 - Concertar cita previamente por mail
- María Rodríguez Moreno (mrodriguez@unav.es)
 - Despacho 2050. Edificio Amigos (segundo piso, hilera)
 - Horario: jueves de 15.00 a 17.00
 - Concertar cita previamente por mail



Universidad
de Navarra

Asignatura: Dirección Financiera II B (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2014-15

Presentación

<http://www.unav.es/asignatura/dirfinanciera2Beconom/>

Dirección Financiera II B (F. ECONÓMICAS)

Cada una de las decisiones que toma una empresa tiene implicaciones desde el punto de vista financiero y pueden ser analizadas en el marco de la gestión financiera. En esta asignatura se introduce una visión general de la gestión financiera y se proporcionan las herramientas para entender la teoría y aplicar las técnicas desarrolladas en el ámbito de la gestión financiera.

Datos Generales

- Profesor: María Rodríguez Moreno
- E-mail: mrodriguez@unav.es
- Asignatura: Finanzas II
- Créditos: 6
- Semestre: Segundo
- Curso: 4º
- Periodo de clases: Enero – Mayo, 2015
- Horario de clase: Jueves (10:00 - 12:00) y Viernes (16:00 a 18:00)



- Aula: Jueves (07) - Viernes (09) Edificio Amigos
- Horas de tutorías: Viernes de 18:00 a 20:00
- Despacho: 2050
- Idioma: Español
- Grado: Asignatura obligatoria para GML y DAE

Competencias

La asignatura tiene por objetivo explicar el funcionamiento de la gestión financiera en base al análisis de los siguientes tipos de decisiones que se presentan a la presentan:

- **Decisiones de inversión:** El alumno debe ser capaz de valorar proyectos de inversión y decidir en qué proyectos debe invertir la empresa.
- **Decisiones de financiación:** El alumno debe conocer las distintas formas de financiación, el coste de cada una de ellas y decidir la mejor estructura de capital posible.
- **Decisiones de retribución al accionista:** El alumno debe conocer las distintas técnicas de remuneración del accionista y decidir el reparto óptimo de los fondos entre la autofinanciación y la remuneración al accionista.

Por medio de esta asignatura el alumno alcanzará la siguientes **competencias**:

Competencias transversales

1. Desarrollo del razonamiento lógico.
2. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
3. Capacidad de trabajo en equipo.
4. Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas.
5. Iniciación en técnicas de investigación básica, así como la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.

Competencias específicas

1. Analizar en casos reales diferentes situaciones contables y financieras de una empresa y su proyección futura a través del análisis de la estructura de capital y modelos de valoración.
2. Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones.
3. Desarrollar casos prácticos.
4. Aplicación del razonamiento matemático y las herramientas cuantitativas a la resolución de problemas asociados a la toma de decisiones en la empresa

Programa

• **Bloque I: Decisiones de Inversión**

Tema 1. Matemáticas Financieras

Tema 2. Criterios de Inversión



• **Bloque II: Decisiones de Financiación**

Tema 3. Formas de Financiación de la Empresa

Tema 4. El Coste del Capital

Tema 5. La Estructura de Capital

• **Bloque III: Decisiones de Retribución al Accionista**

Tema 6. La Retribución al Accionista

Actividades formativas

estructura de las clases teóricas y prácticas:

El contenido de la asignatura se cubrirá en clases teóricas y prácticas de 45 minutos de duración cada una. La asistencia es obligatoria y en caso de ausencia se necesitará el correspondiente justificante.

La distribución de las clases teóricas y prácticas es la siguiente:

- Clases teóricas: 35 horas
- Clases prácticas: 20 horas
- Ejercicios, casos y estudio en casa: 100 horas
- Exámenes: 5 horas
- Horas dedicadas total: 160 horas

Ejercicios prácticos:

Los ejercicios estarán disponibles en ADI al menos con una semana de antelación a la fecha de corrección. Los ejercicios deberán realizarse de forma individual y serán resueltos en clase por el profesor con la participación de los alumnos. Habrá además dos casos prácticos. Los casos estarán basados en el contenido del curso y se corregirán en clase.

Exámenes:

Habrá un examen final una vez haya concluido el curso con una duración de 3 horas y un examen parcial durante el curso.

Evaluación

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

Habrá dos exámenes (un parcial y un final). En cada examen la materia es acumulativa y nunca liberatoria.

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

- **Examen parcial:** 25%. Se realizará en el horario de clases.



- **Examen final:** 60%. Este examen tendrá lugar en la fecha asignada por la Facultad.
- **Trabajo práctico (casos, ejercicios y participación) :** 15%

La **calificación final de la asignatura en la convocatoria extraordinaria** se calculará en base a dos posibles combinaciones, siendo la calificación final el máximo de las dos:

- **Combinación 1:**

- **Examen parcial:** 30%. Se realizará en el horario de clases.
- **Examen final:** 70%. Este examen tendrá lugar en la fecha asignada por la Facultad.

- **Combinación 2:**

- **Examen parcial:** 15%. Se realizará en el horario de clases.
- **Examen final:** 70%. Este examen tendrá lugar en la fecha asignada por la Facultad.
- **Trabajo práctico (casos y ejercicios) :** 15%

Bibliografía y recursos

Referencia principal:

[Localiza este libro en la Biblioteca](#)

- Brealey, Myers and Allen (2010), *Principios de Finanzas Corporativas*, McGraw Hill (Edición num. 9).
- Diapositivas en Power Point, documentos Excel y otro material que estará disponible en ADI.

Otras referencias:

- Grinblatt and Titman (2003), *Mercados Financieros y Estrategia Empresarial*, McGraw Hill (Edición num. 2).
- Bodie, Kane, and Marcus (2013), *Principios de Inversión*, McGraw-Hill (Edición num. 5).
- Damodaran (2001), *Corporate finance: Theory and Practice*, John Wiley & Sons, Inc.
- Ross, Westerfield, and Jaffe (1993), *Corporate Finance*, Irwin.

Horarios de atención

Especifica los horarios en los que el profesor estará accesible para las dudas y consultas de sus alumnos

- María Rodríguez Moreno (mrodriguez@unav.es)
 - Despacho 2050. Edificio Amigos (segundo piso, hilera)
 - Horario: Viernes de 18.00 a 20.00
 - Concertar cita previamente por mail



Universidad
de Navarra

Asignatura: Econometría Básica B (F.Económicas)

Guía Docente

Curso académico: 2014-15

Presentación

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

ECONOMETRÍA BÁSICA

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: Juncal Cuñado (jcuñado@unav.es)

Clases: Martes, de 11:00 a 14:00

Competencias



Los objetivos fundamentales de este curso son los siguientes: ser capaz de construir un modelo de regresión múltiple, interpretar los parámetros y juzgar la validez de los resultados obtenidos, realizar contrastes de hipótesis en relación a los parámetros del modelo, y conocer distintos indicadores para evaluar la especificación y bondad de un modelo econométrico. Además, el alumno aprenderá a trabajar con distintas fuentes de datos para obtener la información estadística relevante, y estudiará el manejo de varios software de análisis econométrico.

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.

Programa

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 (II): Heteroscedasticidad.

Actividades formativas

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

- Pruebas de clase (no anunciadas): 10%
- Presentaciones y trabajos en grupo: 15%
- Examen parcial: 25% de la nota final.
- Examen final: 50% de la nota final.

En la convocatoria de Junio, el examen supondrá el 70% de la nota (el 30% restante se corresponderá con la nota media del examen parcial y resto de las notas de clase).

Bibliografía y recursos

Bibliografía

Básica:

[Localiza este libro en la Biblioteca](#)

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

Complementaria:

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

Recursos

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

- Transparencias en power-point: se entregarán la primera semana de clase las transparencias que se utilizarán a lo largo de todo el curso.
- Ejercicios: están disponibles en ADI. En cada una de las hojas de ejercicios, se indica la fecha de entrega.
- Prácticas para realizar en la sala de ordenadores: se entregan antes de comenzar las clases.
- Datos para realizar las prácticas: están disponibles en ADI.

Horarios de atención



Universidad
de Navarra

Profesora: Juncal Cuñado (jcunado@unav.es)

Despacho: 2180 (Edificio Amigos)

Horario de atención al alumno: Lunes, de 9 a 10:30; Martes, de 9 a 10:30



Universidad
de Navarra

Asignatura: Historia Económica A (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2014-15

Presentación

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

HISTORIA ECONÓMICA

Explicar el desarrollo de las principales economías mundiales desde la Edad Moderna hasta la actualidad. Se pondrá énfasis en el papel desempeñado por la civilización Occidental en este desarrollo. Del mismo modo, se prestará una especial atención al caso español.

Departamento: Economía

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales.

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

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

Curso: 2º (ECO, ADE, IDE, IDM) (Por determinar el curso en que se imparte en las dobles titulaciones)

Organización: Primer semestre académico, de septiembre a diciembre.



Número de créditos ECTS: 6 (150 horas de trabajo por parte del alumno)

Tipo de asignatura: Básica.

Idioma en el que se imparte: Castellano/Inglés

Competencias

Competencias transversales

Que el alumno:

- Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas. En concreto, que sepa distinguir los cambios estructurales –aquellos que se sitúan en la larga duración-, de los cambios coyunturales o de corta duración.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Visión interdisciplinar de las problemáticas económicas.
- Dominio del texto escrito (técnica narrativa): explicar lo esencial de un acontecimiento y situación de modo breve y claro.
- Alimentar la sensibilidad hacia los problemas éticos, sociales y mediambientales de la actividad económica.

Competencias específicas

- Estudiar la evolución histórica del pensamiento económico.
- Capacidad de plantearse y responder preguntas relevantes sobre cuestiones relacionadas con la Administración de Empresas con una visión global.
- Aplicar las herramientas de la Teoría Económica al análisis y discusión de situaciones reales históricas.
- Llegar a conclusiones de carácter normativo, relevantes para la política económica a partir de situaciones históricas concretas.

Programa

- 1.- Población y régimen demográfico de Occidente durante la Edad Moderna.
- 2.- Sociedad Estamental versus Capitalista: del don al intercambio.



- 3.- El Estado moderno y la financiación de la guerra.
- 4.- La Revolución Industrial (ss. XVIII-XIX).
- 5.- La expansión del modelo industrial y capitalista (siglo XIX).
- 6.- La globalización económica (siglo XX).

Actividades Formativas

- **Clases expositivas:** el profesor explicará los contenidos del programa. Cada lección irá acompañada de la lectura obligatoria de un texto complementario propuesto por el profesor.

- Para las **lecciones 1, 2 y 3** se utilizará la documentación colocada en ADI en la sección de documentos. Para cada lección habrá una carpeta con dos documentos: los apuntes de clase y una lectura complementaria obligatoria.

- Para las **lecciones 4, 5 y 6** se utilizará el libro CAMERON, R., *Historia económica mundial*, Alianza, Madrid, 1990, las páginas 215-352.

- La explicación de cada tema durará dos-tres semanas.

- **Tutorías:** los profesores estarán disponibles, en el horario oportunamente anunciado. Para resolver dudas, es aconsejable que los alumnos **vengan con los apuntes de clase originales manuscritos**.

Evaluación

Convocatoria oficial:

• La asignatura tiene dos partes, que vale cada una el 50% de la nota final: la primera corresponde a las lecciones 4,5 y 6. La segunda a las lecciones 1, 2 y 3.

-En la primera parte (temas 4, 5 y 6):

- El valor total de esta segunda parte (temas 4, 5 y 6) es 5 puntos de la nota final

-En el examen parcial será en octubre: temas 4, 5 y 6.

-En la segunda parte (temas 1, 2 y 3)

-Al final de la explicación de cada lección habrá una prueba. El alumno tendrá que responder en una página a una pregunta de la lección explicada. Habrá tres pruebas, cada una valdrá 1,7 puntos de la nota final.

Nota final de la asignatura:

- Será la suma de las notas finales de las dos partes.

- Habrá un examen final en diciembre para aquellos que tengan que recuperar, o bien quieran subir nota.



Convocatoria extraordinaria:

En esta convocatoria se realizará un examen de las mismas características de los realizados durante el curso. La materia objeto de examen será la correspondiente a todo el programa de la asignatura.

Matrícula de Honor:

Aquellos alumnos que aspiren a M.H deberán haber sacado 10 puntos en la nota final de la asignatura. Tendrán que presentarse a un examen espacial.

Bibliográfica y recursos

Además de esta bibliografía, los textos colgados en ADI en su lección correspondiente.

Bibliografía básica

[Localiza este libro en la Biblioteca](#)

CAMERON, R., Historia económica mundial, Alianza, Madrid, 2010

Bibliografía complementaria

I. MODERNA

MUNDIAL

BEAUD, M., Historia del capitalismo. De 1500 a nuestros días. Ariel, Barcelona, 1986.

CAMERON, R., Historia económica mundial, Alianza, Madrid, 1990

CHAUNU, P. Historia, Ciencia Social, Ed. Encuentro, Madrid, 1985.

CIPOLLA, C.M. (ed.) Historia económica de Europa, Tomos 2 a 3, Ariel, Barcelona, 1979.

CLOUGH, Sh.B. y RAPP, R.T., Historia económica de Europa, Omega, Barcelona, 1986.

DAVIS, R., La Europa atlántica desde los descubrimientos hasta la industrialización, sXXI, 1988.

DEANE, P. La primera revolución industrial, Península, Barcelona, 1977.

DE VRIES, J., La economía de Europa en un período de crisis 1600-1750, Madrid, 1979

Historia Económica de Europa, (HEE) tomos IV y V, Universidad de Cambridge, EDERSA, 1977.



- IMBERT, J. Historia económica. De los orígenes a 1789, Vicens, Barcelona, 1983.
- KELLENBENZ, H., El desarrollo económico de la Europa continental (1500-1750), Madrid, 1977.
- KENWOOD, A.G, Historia del desarrollo económico internacional, Istmo, Madrid, 1989.
- KINDLEGERGER, CH. P. Historia financiera de Europa., Crítica, Barcelona, 1988
- LEON, P.(ed.), Historia Económica y Social del Mundo, Tomos 3 a 4. Encuentro, Madrid, 1980.
- MARTINEZ-ECHEVARRIA, M.A., Evolución del pensamiento económico, Espasa, Madrid, 1983.
- MISKIMIN, H.A., La economía europea en el Renacimiento tardío, 1460-1600, Cátedra, Madrid, 1981
- MORENO ALMÁRCEGUI, Antonio, Apuntes de Historia Económica Moderna, Ulzama digital, Pamplona, 2005
- NORTH, D.C. Y THOMAS, R.P., El nacimiento del mundo occidental. Una nueva historia económica, (900-1700), s.XXI, Madrid, 1987.
- SHULTZ, H. Historia económica de la Europa, 1500-1800.Artesanos, mercaderes y banqueros. Siglo XXI, Madrid, 2001
- VAZQUEZ DE PRADA, V. Historia económica mundial, II tomos, Rialp, 1981.

ESPAÑA

- GONZALEZ ENCISO, Agustín - DE VICENTE ALGUERO, Felipe-José, -FLORISTAN IMIZCOZ, Alfredo, TORRES SANCHEZ, Rafael, Historia económica de la España Moderna. Ed Actas, Madrid, 1992
- GONZÁLEZ ENCISO, Agustín y MATÉS BARCO, Juan Manuel (coordinadores) /Historia económica de España/, Barcelona : Ariel, 2006.
- GONZÁLEZ ENCISO, Agustín, Felipe V: la renovación de España: sociedad y economía en el reinado del primer Borbón, Pamplona, EUNSA, 2003
- VAZQUEZ DE PRADA, V. (ed) Historia económica y social de España, III tomo, Confederación española de Cajas de Ahorro, Madrid, 1973-78.
- VICENS VIVES, J., Historia económica de España, Vicens, Barcelona, ed.1989.

II. CONTEMPORÁNEA

MUNDIAL



CAMERON, R, Larry Neal (2002) /A Concise Economic History of the World: From Paleolithic Times to the Present, /Oxford University Press.

CANTERBURY, E. Ray (2001) /A Brief History of Economics/, World Scientific.

FINDLAY, Ronald, Kevin H. O'Rourke (2008): /Power and Plenty: Trade, War, and the World Economy in the Second Millennium, / Princeton University Press,

FLOUD Roderick and PAUL Johnson edited by. (2004): /The Cambridge economic history of modern Britain Cambridge/, Cambridge University Press.

FOREMAN-PECK, James (1994): /History World Economy/, Pearson Education.

LIPTON, David L (2001): /Thoughts on the globalization of world history/, Infinity Publishing.

MADDISON, Angus (2001): /The World Economy: A Millennial Perspective, /OECD.

MIDDLETON, Roger (2000): /The British Economy since 1945, /Palgrave Macmillan.

MOKYR, Joel (2004): /The Gifts of Athena: Historical Origins of the Knowledge Economy, /Princeton University Press.

MORE, Charles (1997): /The Industrial Age: Economy and Society in Britain since 1750/, Pearson Education.

NORTH, Douglass C. (1976): /The Rise of the Western World, / Cambridge University Press.

ESPAÑA

GONZÁLEZ ENCISO, Agustín y MATÉS BARCO, Juan Manuel (coordinadores) /Historia económica de España/, Barcelona : Ariel, 2006.

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

CARRERAS, Albert (2004): /Historia Económica de la España Contemporánea/, Crítica.

GARCÍA DELGADO, José Luis, (1993): /España, economía/, Madrid, Espasa-Calpe.

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

GONZÁLEZ ENCISO, A. (1992): /Historia económica de la España Moderna/, Madrid, Actas.

NADAL, Jordi, (2203): /Atlas de la Industrialización de España, 1750-2000/, Barcelona, Crítica.



Universidad
de Navarra

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

VÁZQUEZ DE PRADA, V. (1999): /Historia económica mundial/, Pamplona, EUNSA.

Horario de atención

Profesores que la imparten: Antonio Moreno Almárcegui y Rafael Torres Sánchez.

Horario de Asesoramiento de **Antonio Moreno Almárcegui**: martes de 11 a 13h. y miércoles 11a 13h.
Despacho 2250 (segundo piso, segunda hilera) Edificio Amigos. Es aconsejable pedir cita por correo antes (anmoreno@unav.es).

Horario de Asesoramiento de **Rafael Torres**: Lunes de 9 a 11h. y Jueves de 9 a 11h. Despacho 2260
(segundo piso, segunda hilera) Edificio Amigos. Es aconsejable pedir cita por correo antes
(rtorres@unav.es).