



Universidad
de Navarra

Asignatura: Gestión de Operaciones A (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2020-21

Presentación

<http://www.unav.edu/asignatura/gestoperaeconom/>

GESTIÓN DE OPERACIONES - GRUPO A - 2020-2021

La dirección de operaciones es la asignatura en la cual se analizan el sistema de operaciones de una empresa. El sistema de operaciones incluye todas las actividades y decisiones relacionadas con el diseño y la producción-prestación de productos-servicios. En el caso de las empresas de producción, la gestión de operaciones tiene un importante componente relacionado con el flujo de materiales. La dirección de operaciones es un área clave para asegurar la competitividad, por lo tanto, su conocimiento es muy importante para asegurar el entendimiento del cómo funciona una empresa.

Grados: Administración de Empresa y Economía.

Departamento: Empresa

Facultad: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Horario: disponible en <http://www.unav.edu/web/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/alumnos/horarios>

Profesores:

José Antonio Alfaro Tanco: jalfaro@unav.es

Victoria Rodríguez Chacón: vrodriguez@unav.es

Jorge San Miguel Induráin: jsanmigueli@unav.es

Perfil: Administración de Empresas.

Módulo II. Organización y Dirección de Negocios

Materia 1. Organización y Producción

Número de créditos: 6 ECTS Obligatorios y 6 ECTS Básicos

Perfil: Economía.



Módulo VI. Optativas

Materia Optativas

Número de créditos: 6 ECTS Optativas

Competencias

Desarrollar las siguientes competencias:

Competencias basicas:

CB4) Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5) Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales:

CG2) Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y empresarial.

CG3) Dominar herramientas informáticas, matemáticas o técnicas relevantes para la actividad académica y profesional en lo económico y empresarial.

CG4) Trabajar en equipo

CG5) Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y empresarial.

Competencias específicas (ADE):

CE4) Conocer los aspectos teórico-práctico de la empresa, la estructura organizativa y las relaciones entre los elementos que la componen.

CE8) Desarrollar casos prácticos en temas relevantes en lo económico y empresarial.

CE9) Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones.

CE16) Plantear y responder preguntas relevantes sobre cuestiones relacionadas con la empresa y/o la economía con una visión global de los conocimientos adquiridos.

CE18) Defender de manera crítica y bien argumentada las ideas propias sobre temas relacionados con la empresa.



Competencias específicas optativas (ECO):

CE6) Conocer y/o profundizar aspectos prácticos de la empresa, tales como por ejemplo, la creación, administración, valoración de empresas etc.

CE7) Profundizar en los conocimientos y/o habilidades de áreas propias del estudio de la actividad empresarial tales como, por ejemplo, la contabilidad, las finanzas, la dirección de proyectos, el control de calidad, etc.

Programa

TEMA 1. Gestión de proyectos.

- Introducción.
- Fases:
 - Identificación
 - Definición
 - Planificación
 - Ejecución
 - Seguimiento
 - Finalización.

TEMA 2. Análisis de procesos.

- Descripción del proceso.
- Identificación de fuentes de mejora.
- Priorización y selección de la mejora.
- Desarrollo de la propuesta de mejora.
- Evaluación de la propuesta.
- Presentación de la propuesta.

TEMA 3. Planificación de la producción

- Visión integrada de la planificación de la producción.
- Plan Agregado de Producción.
- Programa Maestro de Producción.
- Plan de Materiales.

Actividades formativas

En esta asignatura se combinan las clases magistrales, los ejercicios en clase y el aprendizaje basado en proyectos, por lo tanto, los estudiantes desarrollarán dos trabajos en grupo en el cual deben aplicar todos los conocimientos teóricos adquiridos, buscar información y relacionarse con una empresa para proponer y justificar una mejora en alguno de los procesos de la empresa. Cada grupo presentará tres informes de avance del proyecto y asistir a tres reuniones de seguimiento.



1. Actividades en el aula (30 horas):

a. Clases con el profesor (24 horas): En estas clases se verán los aspectos mas relevantes incluidos en el programa. Lo estudiantes deben revisar la documentación que para este propósito se cuelga en ADI.

b. Sesiones de trabajo (6 horas): se revisará el trabajo realizado por alumno y se responderán preguntas y dudas que puedan tener, además se le dará recomendaciones a cada alumno sobre cómo orientar el trabajo de acuerdo con sus avances.

2. Actividades fuera del aula (120 horas):

a. Trabajo individual y en equipo (90 horas): durante este tiempo los alumnos trabajarán en las actividades que se le proponen en clase y que en algunos casos serán necesarias para trabajar luego en la clase.

b. El estudiante deberá por lo menos estudiar 30 horas, por su cuenta, el material para el curso, entender y asimilar los conceptos explicados en clase y preparar los exámenes.

Evaluación

EVALUACIÓN ORDINARIA:

Evaluación continua:

- A lo largo de la asignatura, los alumnos irán trabajando en una serie de actividades que se irán proponiendo de cara a cubrir cada uno de los temas de estudio.
- A lo largo de la asignatura se realizarán pruebas o exámenes sobre la materia de estudio.
- La realización de trabajos tiene un peso del 25% de la nota de la asignatura.

Examen final:

- 75%

REQUISITOS PARA APROBAR: Para aprobar el curso los alumnos deben obtener por lo menos un 5 sobre 10 en cada una de las dos partes (evaluación continua y exámenes). La nota final será el promedio ponderado de la evaluación continua y el examen final.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

1. Nota de los trabajos durante el curso: 25%

2. Examen: 75%

REQUISITOS PARA APROBAR: Para aprobar el curso los alumnos deben obtener por lo menos un 5 sobre 10 en cada una de las dos partes. La nota final será el promedio de la nota del proyecto y la nota del examen.

Bibliografía y Recursos

Gestión de Proyectos:



- Castillo-Martín-Moreno-Ruiz-Tous (1992) Prácticas de Gestión de Empresas. Ediciones Pirámide. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Lock, P. (1990) Gestión de Proyectos. Editorial Paraninfo. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Pereña Brand, J. (1991) Dirección y Gestión de Proyectos. Ediciones Díaz Santos [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Prado, D. (1988) Administración de Proyectos con Pert-CPM. Editorial Paraninfo. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Project Management Institute (2004). "A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide), Third Edition [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Yu Chuen-Tab, L. (1989) Aplicaciones Prácticas del Pert y CPM. Ediciones Deusto. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Análisis de Procesos y Gestión de Recursos:

- Chase, R.B., Jacobs, F.R., Aquilano, N.J. (2005). Administración de la producción y operaciones. McGraw Hill. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Fernández, E., Avella, L. (2006). *Estrategia de producción*. McGraw Hill. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Heizer, J., Render, B. (2008). *Dirección de la producción y de operaciones Aspectos estratégicos*. Pearson-Prentice Hall. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Martín Peña, M.L. (2003). *Dirección de la Producción. Problemas y ejercicios resueltos*. Pearson-Prentice Hall. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Miranda, F.J; Rubio, S., Chamorro, A., Bañegil, T.M. (2005). *Manual de Dirección de Operaciones*. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Thomson. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Nahmias, S. (2007). *Análisis de la producción y las operaciones*. McGraw Hill [Localízalo en la Biblioteca](#)

Planificación de la producción:

- Arias, D., Minguela, B. (2018) Dirección de la Producción y Operaciones: Decisiones Operativas. Ediciones Pirámide. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Fernández Sánchez, E., Avella Camarero, L. (2006) Estrategia de producción. Editorial McGraw-Hill. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Moscoso, P., Lago, A. (2016) Gestión de Operaciones para Directivos. Edición McGrawHill [Localízalo en la Biblioteca](#)

Horarios de atención



Universidad
de Navarra

Profesor [Victoria Rodríguez Chacón](#) - cita previa por e-mail

Profesor Jorge San Miguel - cita previa por e-mail

Siempre enviando un email con por lo menos un día de antelación.



Universidad
de Navarra

Asignatura: Dirección Comercial I (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2020-21

Presentación

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

Dirección Comercial I (F. ECONÓMICAS)

Introducción

En el pasado, las empresas se enfocaban en producir productos lo mejor que sabían. Sin embargo, hoy en día la mayoría de las corporaciones exitosas han evolucionado a una más sofisticada orientación de marketing. Es decir, todos sus esfuerzos, directa o indirectamente, se centran en satisfacer las necesidades del cliente. En este tipo de organización, el departamento de marketing trabaja como un coordinador clave de las diversas áreas de la empresa por forma a poder servir al mercado de la mejor manera y de forma sostenible.

En esta línea de pensamiento, cualquier gerente del siglo XXI tiene que entender perfectamente el papel del marketing en una organización, incluso cuando él o ella trabajan en una función distinta a marketing. Por otra parte, en nuestros tiempos actuales donde el marketing es omnipresente, es importante como consumidores, tener un conocimiento de su impacto en nuestras vidas.

Dirección Comercial I tiene la intención de introducir los conceptos clave y las teorías de marketing a los estudiantes. Sus objetivos principales consisten en proporcionar a los gestores del mañana un sólido conocimiento de la teoría de dirección comercial, fomentar en ellos la creación de una mentalidad de marketing y desarrollar su capacidad para aplicar los instrumentos de marketing a los desafíos que enfrentan las organizaciones.

Curso: Primer semestre de 3º ADE y 4º ADE+Derecho.

Horario de clases: martes 10:00 – 12:00 (aula 7) y miércoles 10:00 – 12:00 (aula 14)

Créditos ECTS: 6

Idioma en que se imparte: Español



Nombre del profesor: Nuno Jose Lopes (njlopes@unav.es; despacho: 2210, Hilera)

Competencias

Competencias Básicas:

CB1. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional. Deberán ser capaces de demostrar sus competencias a través de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB2. Que los estudiantes tengan la capacidad de agregar e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio), para poder emitir juicios que tengan un carácter social, científica y ética en temas relevantes de la actualidad.

CB3. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB4. Que los estudiantes hayan desarrollado habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias Generales:

CG1. Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en la argumentación, discusión, y resolución de problemas económicos y empresariales.

CG2. Dominar herramientas informáticas, matemáticas, o técnicas que sea relevantes para la actividad académica y profesional en el ámbito económico y empresarial.

CG3. Desarrollar la capacidad para trabajar en equipo.

CG4. Razonar de forma autónoma y crítica en temas económicos y empresariales.

Competencias Específicas (ADE):

CE1. Analizar objetivos, estrategias y/o proyectos en el ámbito del Marketing.

CE2. Solucionar casos prácticos en temas económicos y empresariales.



Competencias Específicas Optativas (ECO):

CE3. Adquirir y/o profundizar aspectos prácticos de la empresa, tales como la creación, administración, y valoración de empresas.

CE4. Profundizar los conocimientos y/o habilidades en áreas de actividad empresarial tales como contabilidad, finanzas, dirección de proyectos, control de calidad, etc.

Programa

Capítulo 1: Marketing: Gestión de la creación de valor y compromiso

Capítulo 2: Estrategia de la empresa y de marketing

Capítulo 3: Análisis del entorno de marketing

Capítulo 4: Gestión de la información de marketing para obtener información de los clientes

Capítulo 5: Mercados de consumidores y conductas de compra – B2C

Capítulo 6: Mercados organizacionales y conductas de compra corporativas – B2B

Capítulo 7: Estrategia de marketing orientada al cliente – STP

Capítulo 8: Producto, servicios y marcas: Crear valor

Capítulo 9: Desarrollo de nuevos productos y gestión del ciclo de vida del producto

Capítulo 10: Fijación del precio: Compresión y captura de valor para el cliente

Capítulo 11: Estrategias de precio: consideraciones adicionales

Capítulo 12: Canales de marketing: Distribuir el valor para el consumidor

Capítulo 13: Minoristas y mayoristas

Capítulo 14: Comprometer y comunicar el valor para el cliente: Estrategia de comunicación

Capítulo 15: Publicidad y relaciones públicas

Capítulo 16: Venta personal y promoción de ventas

Capítulo 17: Marketing directo, online, en redes sociales y en teléfonos móviles

Capítulo 20: Marketing sostenible: Responsabilidad social y ética



Actividades formativas

Estructura de la Asignatura:

- **Sesiones Teóricas:** La teoría del marketing será presentada a los alumnos en sesiones con un carácter mixto de clase magistral y discusión en clase. El objetivo es desarrollar en los alumnos su capacidad para buscar conocimiento. Este tipo de sesiones será la más frecuente.
- **Sesiones Prácticas:** Adicionalmente, habrá sesiones de carácter práctico. Serán tan importantes como las sesiones teóricas para proporcionar una comprensión completa y profundas del marketing. Estas sesiones prácticas tienen como objetivo dar una perspectiva real de los conceptos expuestos en las sesiones teóricas. Algunas de las sesiones prácticas consistirán en la análisis y discusión de casos de estudio o artículos de prensa. Los alumnos deben preparar el caso antes de venir a clase. Habrá también otras sesiones en que contaremos con la presencia de profesionales de marketing como oradores invitados. Aunque no se espera que los estudiantes preparen estas sesiones, se requiere que interactúen activamente con el orador invitado durante su presentación.

Dedicación Esperada:

- Asistencia a clase: 30h
- Preparación de las clases: 120h

Evaluación

- **Examen Final Individual (60%):**
 - Examen obligatorio en el final del semestre (15 dic., 16:00-19:00), que examinará varios de los capítulos estudiados en clase (ver “Cómo evaluar la clase” en la Tabla con el Programa).
 - Tendrá varias preguntas de desarrollo corto. Para aprobar el examen final es necesario obtener una nota mínima de 5.00 (sobre 10.00) en tres de las cinco preguntas.
 - Adicionalmente, para aprobar la asignatura es necesario obtener un mínimo de 4.00 (sobre 10.00) en el examen final.
- **Tareas en Grupo (40%):**
 - A lo largo del semestre, los alumnos – en grupos de dos personas – tendrá que realizar varios proyectos y casos de estudio. Las tareas se anunciarán en ADI algunos días antes de la fecha límite. Se tendrá que hacer llegar al profesor un documento escrito con las respuestas.
 - El nombre del documento deberá ser el siguiente:



“2020 – Dir.Com_I - Proyecto_i o Caso_i - nombre del alumno 1 _ nombre del alumno 2”.

- Fechas límite de entrega:
 - **Proyecto 1 (10%):** 24 de septiembre, 23:59.
 - **Proyecto 2 (10%):** 9 de octubre, 23:59.
 - **Caso de Estudio 1 (10%):** 6 de octubre, 10:00
 - **Caso de Estudio 2 (10%):** 16 de noviembre, 16:00.

Política Sobre La Honradez:

(Comité ético de prevención del plagio y copiado)

Valoramos la honradez. No puede haber confianza ni relaciones sociales significativas sin ella. Por tanto, la Facultad espera honradez y justicia de todos sus miembros: profesores, personal administrativo y alumnos.

Las faltas de honradez se sancionarán de acuerdo con las Normas Universitarias sobre la Disciplina Académica de Alumnos de agosto de 2015 que incluyen la mentira, el copiar en los exámenes, y el plagio de trabajos escritos. Tomamos en serio estas faltas. Según su gravedad, se encargará de su sanción el profesor de la asignatura, el vice-decano de alumnos, y en casos muy graves, el vicerrector de alumnos.

Las sanciones incluyen:

- amonestaciones formales
- expulsión de la Universidad durante un período
- pérdida de convocatoria de exámenes
- pérdida de becas
- suspenso en la nota del trabajo o de la asignatura

Bibliografía y recursos

Bibliografía

Manual:

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principios de Marketing*. 17º ed. Pearson Educación. [Localízalo en la Biblioteca](#) (ebook)

Bibliografía Complementaria:



Santesmases, M., Merino, M. J., Sánchez, J., & Pintado, T. (2018). *Fundamentos de Marketing*. 2º edición. Editorial Pirámide. [Localízalo en la Biblioteca](#) (versión impresa, 2018) [Localízalo en la Biblioteca](#) (ebook ed. 2013)

Recursos

- Las diapositivas de Power Point se publicarán en ADI después de cada sesión.
- Será posible seguir cada sesión online.
- Todas las sesiones teóricas tendrán un video explicativo, publicado en ADI después de la sesión en aula.

[Biblioteca](#) | [Catálogo](#) | [Biblioguías](#)

Horarios de atención

Debido a las limitaciones provocadas por el Covid-19, las reuniones con el profesor serán online. Para tal, el alumno deberá escribir un email al profesor con (a) motivo de la reunión y (b) su sugerencia de la hora/fecha para la reunión.



Asignatura: Dirección Financiera II A (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2020-21

Presentación

<http://www.unav.edu/asignatura/dirfinanciera2Aeconom/>

Dirección Financiera II A (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 dicho ámbito.

- **Profesor:** Asier Aguilera Bravo
- **Asignatura:** Dirección Financiera II
- **Tipo:** Obligatoria
- **Créditos (ECTS):** 6
- **Semestre:** 1º
- **Año:** 3º
- **Idioma:** Castellano
- **Horario y clase:**
 - **Alumnos que se encuentran en el campus (*):** Jueves (8:00-10:00, aula 16) y viernes (12:00-14:00, aula 5)
 - (*) Por favor, evite venir a la Universidad si tiene síntomas o ha estado en contacto con alguien que tiene el virus. En esas circunstancias, podrá seguir las sesiones en online (consulte los detalles a continuación).
 - **Alumnos que estén fuera del campus (SOLO CON LA APROBACIÓN DE DIRECCIÓN DE ESTUDIOS)**
 - Se espera que los estudiantes fuera del campus asistan a las sesiones (en el campus) online (por Zoom) si su hora local es compatible. Los estudiantes tendrán la oportunidad de participar en las sesiones y hacer preguntas en las mismas condiciones que los estudiantes del campus.
 - Las sesiones (en el campus) se grabarán y estarán disponibles para los estudiantes fuera del campus ubicados en zonas horarias que no son compatibles con el horario regular de las sesiones.



- Habrá sesiones específicas online (por Zoom) organizadas para estudiantes fuera del campus en horarios convenientes

Necesidades educativas especiales: Los estudiantes con necesidades especiales deben ponerse en contacto con el profesor de la asignatura

Competencias

La asignatura tiene por objetivo fundamental explicar el funcionamiento de la gestión financiera en base al análisis de los siguientes tipos de decisiones que se 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 auto-financiación y la remuneración al accionista.

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

Competencias básicas:

CB1) Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2) Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB5) Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

CG2) Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y empresarial.

CG3) Dominar herramientas informáticas, matemáticas o técnicas relevantes para la actividad académica y profesional en lo económico y empresarial.

CG4) Trabajar en equipo



CG5) Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y empresarial.

Competencias específicas (ADE):

CE2) Conocer los aspectos más relevantes de operaciones societarias, derivados financieros, medidas de riesgo, y/o proyectos de inversión.

CE3) Analizar en casos reales diferentes situaciones contables y financieras de una empresa y su proyección futura.

CE4) Conocer los aspectos teórico-práctico de la empresa, la estructura organizativa y las relaciones entre los elementos que la componen.

CE8) Desarrollar casos prácticos en temas relevantes en lo económico y empresarial.

CE10) Aplicar el razonamiento matemático y/o 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. Decisiones de Inversión

Examen parcial: 15 de octubre

• **Bloque II: Decisiones de Financiación y Retribución al Accionista**

Tema 3. Panorama de las Finanzas Corporativas

Tema 4. Política de Pago de Dividendos

Tema 5. Política de Endeudamiento y Estructura de Capital

Tema 6. Endeudamiento y Valoración. El Coste de Capital

• **Bloque III: Planificación Financiera a corto plazo**

Tema 7. Planificación financiera a corto plazo

Actividades formativas

Estructura de las clases teóricas y prácticas:

El contenido del curso se cubrirá en clases teóricas y prácticas de 45 minutos cada una. Las clases teóricas también incluirán cuestionarios y la resolución de ejercicios prácticos. Se valorará la asistencia (presencial y online) y, sobre todo, la participación activa en clase.

Al comienzo de algunas clases, los estudiantes deberán realizar un breve



cuestionario. La calificación de este cuestionario se incluirá en la calificación de participación en clase y cuestionarios, que representa el 10% de la calificación total.

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

Clases teóricas: 38 horas

Charlas prácticas: 14 horas

Ejercicios, casos y estudio en casa: 93 horas

Exámenes: 5 horas

Total de horas dedicadas: 150 horas

La mayoría de los temas incluidos en el programa incluirán ejercicios prácticos durante la clase. Asimismo, determinados ejercicios a ser resueltos o desarrollados por los alumnos serán publicados en ADI con la debida antelación al plazo de entrega.

El envío y presentación de los trabajos solicitados son determinantes para la calificación final de la evaluación continua.

Es necesario un conocimiento básico de la hoja de Excel para la realización de algunos ejercicios y casos.

Exámenes:

Habrá un examen final una vez concluido el curso con una duración aproximada de 2 horas y un examen parcial durante el curso.

Evaluación

Se seguirá un sistema de evaluación continua, en el que se valorará el trabajo continuo y la participación activa en clase (presencial y online).

Habrá dos exámenes (uno parcial y otro final). En cada examen el contenido es acumulativo.

Estudiantes que están en el campus:

La nota final de la asignatura en la convocatoria ordinaria se obtendrá de acuerdo con los siguientes criterios:

Examen parcial: 20%. Se realizará durante el horario de clases el 15 de octubre.

Examen final: 50%.

Ejercicios: 20%

Participación en clase y cuestionarios: 10%



* Se requiere una calificación mínima del 50% en el final para aprobar la asignatura.

La nota final de la asignatura en la convocatoria extraordinaria se obtendrá de acuerdo con los siguientes criterios:

Examen final: 80%.

Ejercicios: 15%

Participación en clase y cuestionarios: 5%

* Se requiere una calificación mínima del 50% en el final para aprobar la asignatura.

Alumnos que se encuentran fuera del campus (SOLO CON APROBACIÓN DE DIRECCIÓN DE ESTUDIOS):

La nota final de la asignatura en la convocatoria ordinaria se obtendrá de acuerdo con los siguientes criterios:

Examen parcial: 20%. Se realizará el 15 de octubre (horario por determinar).

Examen final: 50%.

Ejercicios: 30%

* Se requiere una calificación mínima del 50% en la final para aprobar la asignatura.

La nota final de la asignatura en la convocatoria extraordinaria se obtendrá de acuerdo con los siguientes criterios:

Examen final: 80%.

Ejercicios: 20%

* Se requiere una calificación mínima del 50% en el final para aprobar la asignatura.

Bibliografía y recursos

Referencia principal:

- Brealey, Myers and Allen (2015), Principios de Finanzas Corporativas, McGraw Hill (Edición num. 11). [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Diapositivas y otros materiales que estarán disponibles en ADI.

Otras referencias:



Universidad
de Navarra

- Grinblatt and Titman (2003), Mercados Financieros y Estrategia Empresarial, McGraw Hill (Edición num. 2). [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Bodie, Kane, and Marcus (2013), Principios de Inversión, McGraw-Hill (Edición num. 5). [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Damodaran (2001), Corporate finance: Theory and Practice, John Wiley & Sons, Inc. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Ross, Westerfield, and Jaffe (1993), Corporate Finance, Irwin. [Localízalo en la Biblioteca](#) (ed. 1990)

[Biblioteca](#) | [Catálogo](#) | [Biblioguías](#)

Horarios de atención

Asier Aguilera Bravo (aaguilera@unav.es)

- Lugar: Despacho 4020 (Edificio Amigos)/Zoom
- Horario: Miércoles 12:00-13:00 y jueves 10:00-13:00
- Importante: Concertar cita previamente por e-mail



Asignatura: Dirección Comercial II A (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2020-21

Presentación

<http://www.unav.edu/asignatura/dircomercial2econom/>

PRESENTACIÓN

- **Breve descripción de la asignatura:**

La asignatura Dirección Comercial II, perteneciente al módulo de Marketing, permitirá a los estudiantes profundizar en el conocimiento de los planes, proyectos y estrategias relacionados con la comercialización y más concretamente, en la *Investigación Comercial*. Los alumnos aprenderán a diseñar una investigación de mercados, a elaborar informes y valorar su aplicación al mundo empresarial.

A lo largo del curso se identificarán y analizarán diversas técnicas de investigación de mercados incluyendo las entrevistas en profundidad, las dinámicas de grupos, las técnicas de neuromarketing, las encuestas y los estudios experimentales. Al mismo tiempo, se analizarán las distintas fuentes de información disponibles y las principales técnicas de análisis de información, tanto en lo referente a estudios de naturaleza cualitativa como cuantitativa.

- **Carácter:** Obligatoria para los estudiantes del Grado en ADE y Doble Grado ADE+Derecho. Optativa para los estudiantes del Grado en Economía
- **ECTS:** 6 créditos
- **Curso y semestre:** 3º ADE y 5º Doble Grado ADE+ Derecho. Segundo semestre.
- **ECTS:** 6 créditos
- **Idioma:** Español
- **Título:** Grado en ADE
- **Módulo y materia de la asignatura:** Marketing. Dirección Comercial
- **Profesor responsable de la asignatura:** Dra. Cristina Etayo Pérez
- **Horario y aula:**
 - Jueves de 8.00h a 10.00h. Aula 12. Edificio Amigos (planta 0)
 - Viernes del 10.00 a 12.00h. Aula 1. Edificio Amigos (planta 0)

Competencias

Al finalizar la asignatura los estudiantes de Dirección Comercial II deben ser capaces de cumplir los siguientes objetivos:



- Comprender el papel de la Investigación Comercial en el contexto de la toma de decisiones estratégicas en Marketing
- Analizar la información obtenida en función de los problemas de marketing planteados, evaluando y seleccionando la decisión más conveniente.
- Aplicar las nuevas tecnologías a la investigación comercial.

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

Competencias básicas:

CB2) Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3) Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4) Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5) Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales:

CG2) Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y empresarial.

CG3) Dominar herramientas informáticas, matemáticas o técnicas relevantes para la actividad académica y profesional en lo económico y empresarial

CG4) Trabajar en equipo

CG5) Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y empresarial.

Competencias específicas (ADE):

CE7) Analizar objetivos, estrategias y/o proyectos en el ámbito del Marketing.

CE8) Desarrollar casos prácticos en temas relevantes en lo económico y empresarial.

CE15) Conocer las técnicas de investigación de mercado.



Competencias específicas optativas (ECO):

CE6) Conocer y/o profundizar aspectos prácticos de la empresa, tales como por ejemplo, la creación, administración, valoración de empresas etc.

CE7) Profundizar en los conocimientos y/o habilidades de áreas propias del estudio de la actividad empresarial tales como, por ejemplo, la contabilidad, las finanzas, la dirección de proyectos, el control de calidad, etc.

Programa

Tema 1. Introducción a la investigación de mercados

Tema 2. Definición del problema de investigación de mercados y desarrollo del enfoque

Tema 3. Diseño de la investigación, datos secundarios y y sindicados

Tema 4. Investigación cualitativa

Tema 5. Encuestas y observación

Tema 6. Medición y escalas

Tema 7. Diseño de cuestionarios y formularios

Tema 8. Muestreo: Diseño y procedimientos

Tema 9. Recopilación y presentación de los datos

Tema 10. Análisis de datos

Tema 11. Preparación y presentación del informe

Actividades formativas

Lectura de los temas correspondiente en el manual

Entrega semanal de preguntas formuladas sobre los contenidos del tema



Vídeos explicativos de cada tema y videos con la resolución de preguntas que se formularon en cada tema y que los alumnos entregaron

Exámenes parciales de cada una de las partes del temario

Lectura y preparación de casos prácticos

Resolución en clase del caso práctico planteado

Entregas del trabajo de la asignatura (el alumno recibirá feed back y sugerencias de mejora que deberá incorporar al trabajo)

Entrega final del trabajo y exposición

Examen final

Evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA

Entregas semanales de preguntas propuestas para cada tema de la asignatura. Supondrán el **15%** de la nota final

Exámenes parciales de contenidos: Cubrirán los temas correspondientes del manual de la asignatura y el material expuesto en las clases. **(20%** de la nota final)

Trabajo de la asignatura. Proyecto final de investigación de mercados. Se realizarán tres entregas parciales del mismo y el trabajo final antes del 30 de abril de 2021. **(35%** de la nota final)

Examen final de contenidos: Cubrirá todo el programa e incluirá el manual de la asignatura y el material expuesto en las clases. **Supone el 35%** de la nota final. **(30%** de la nota final)

Para superar la materia, es obligatorio realizar el examen final de la asignatura y presentar y defender el proyecto final de investigación de mercados

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Examen final de contenidos (50%)

Trabajo de la asignatura (35%).

Entrega de las preguntas de revisión de los temas (15%)

Bibliografía y recursos

Bibliografía BÁSICA

Investigación de mercados. Conceptos esenciales. Malhotra, Naresh K. ISBN: 9786073235600 [Localízalo en la Biblioteca](#) (ebook)

Bibliografía complementaria:



- *Investigación comercial*. García Ferrer, G. Editorial ESIC (2016). 4ª edición. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Grande Esteban, I. y Abascal Fernández, Editorial Esic (2009), 10ª edición. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- *Introducción a la investigación de mercados*. Merino Sanz, M.J. (Coord.). Editorial Esic (2010). [Localízalo en la Biblioteca](#)
- *Investigación de Mercados*. Esteban Talaya, A. y Molina Collado, A. (Coord.). Editorial Esic (2014). [Localízalo en la Biblioteca](#)
- *Investigación de mercados en un ambiente de información digital*. Hair, J.F.; Bush, R.P.; Ortinau, D.J. (2010). McGraw-Hill Ed., Madrid. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- *Investigación de mercados. Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Vázquez Casielles, R.; Bello Acebrón, L. (2005) Thomson editorial, Madrid. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- *Métodos de investigación social y de la empresa*. Sarabia Sánchez, F.J. (Coord.). Editorial Pirámide (2013). [Localízalo en la Biblioteca](#)
- *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Luque Martínez, T. (Coord.). Editorial Pirámide (2012), 2ª edición. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Recursos web:

- Asociación de Marketing Académico y Profesional : <http://www.aemark.es>
- Asociación Americana de Marketing: <http://www.marketingpower.com>
- Asociación de Marketing de España: <http://www.asociacionmkt.es>
- Asociación Española de Estudios de mercado, marketing y opinion: <http://www.aedemo.es>
- The World Association for Social, Opinion and Market Research: <http://www.esomar.org>

Empresas que realizan investigación de mercados: consultoras, agencias de publicidad, etc.

Kantar Worldpanel

Nielsen España

Future Concept Lab

Liquid Agency



Universidad
de Navarra

Horarios de atención

-

- **Profesora:** Cristina Etayo (cetayo@unav.es)
- **Despacho** 2090 Edificio Amigos (2º Planta Hilera)
- **Horario:** Martes de 10.00 a 12.00. Para petición de cita enviar e-mail previamente a cetayo@unav.es
- **email:** cetayo@unav.es



Universidad
de Navarra

Asignatura: Econometría Básica (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2020-21

Presentación

ECONOMETRÍA BÁSICA 20-21

Asignatura: Econometría Básica

Curso: Tercero (Cuarto de Doble Licenciatura)

Cuatrimestre: Primero

Créditos (ECTS): 6

Asignatura: Obligatoria

Idioma: Castellano

Departamento: Economía

Titulación: Economía, Administración y Dirección de Empresas

Facultad: CC. Económicas y Empresariales

Profesor: Juan Equiza Goñi : jequizag@unav.es

Ayudante: no disponible

Clases: los martes de 8 a 10am en el Aula 10

los jueves de 6 a 8pm en el Aula 15

<http://www.unav.edu/asignatura/econometriabasicaeconom/>

Econometría Básica (F. ECONÓMICAS)

- **Breve descripción de la asignatura:** (poner un párrafo máximo)
- **Carácter:** (Básica, Obligatoria, Optativa, Prácticas externas, TFG/TFM)
- **ECTS:**
- **Curso y semestre:**
- **Idioma:**
- **Título:**



- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:**
- **Profesores:**
- **Horario:**
- **Aula:**

<http://www.unav.edu/asignatura/econometriabasicaeconom/>

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

- Demostrar poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio (CB1)
- Adquirir la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética (CB3)
- Desarrollar aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía (CB5)
- Dominar herramientas informáticas, matemáticas o técnicas relevantes para la actividad académica y profesional en lo económico y empresarial (CG3)
- Ser capaz de trabajar en equipo (CG4)
- Desarrollar la capacidad de razonamiento autónomo y crítico en temas relevantes para lo económico y empresarial (CG5)

Competencias de la asignatura:

Competencias básicas:

- CB2) Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una



forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

- CB3) Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
- CB5) Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Copetencias generales:

- CG3) Dominar herramientas informáticas, matemáticas o técnicas relevantes para la actividad académica y profesional en lo económico y empresarial.
- CG5) Desarrollar la capacidad de razonamiento autónomo y crítico en temas relevantes para lo económico y empresarial.

Competencias específicas (ECO):

- CE10) Aplicar el razonamiento matemático y las herramientas cuantitativas al análisis de la realidad económica.
- CE11) Manejar correctamente algunas aplicaciones informáticas en el análisis cuantitativo de las cuestiones económicas.
- CE12) Usar métodos de predicción y conocimiento de su grado de fiabilidad.
- CE16) Utilizar en las aplicaciones prácticas los conocimientos, capacidades y competencias adquiridas.
- CE19) Aplicar con criterio técnicas cuantitativas, software adecuado y/ o procedimientos metodológicos en la realización de un trabajo sobre temas económicos.

Competencias específicas (ADE):

- CE8) Desarrollar casos prácticos en temas relevantes en lo económico y empresarial.
- CE9) Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones.
- CE10) Aplicar el razonamiento matemático y/o las herramientas cuantitativas a la resolución de problemas asociados a la toma de decisiones en la empresa.
- CE11) Conocer los métodos de predicción y utilizar aplicaciones informáticas para el análisis cuantitativo de la gestión empresarial.

Programa

PROGRAMA

1. Cuestiones económicas y datos
2. Repaso de probabilidad
3. Repaso de estadística

1. Regresión lineal con regresor único
2. Regresión con regresor único: contrastes de hipótesis e intervalos de confianza



3. Regresión lineal con múltiples regresores
4. Contrastes de hipótesis e intervalos de confianza en la regresión múltiple
5. Funciones de regresión no lineales

Actividades formativas

Clases expositivas, ejercicios, tareas y un proyecto de investigación

Evaluación

40%	en base a EXAMEN FINAL (global)
20%	EXAMEN PARCIAL (6 de octubre)
10%	pruebas, seguimiento, participación
15%	ejercicios en grupo
15%	proyecto en parejas (+5%)

* Para que las notas de trabajos y ejercicios cuenten es necesario sacar una nota mínima (inferior a 5) en el examen final. En junio se seguirá una política similar.

Bibliografía y recursos

Bibliografía

Básica:

- Stock, J.H. y Watson M.W., 2012, Introducción a la Econometría, Pearson, 3ª edición [Localízalo en la Biblioteca](#) (ebook) [Localízalo en la Biblioteca](#) (versión impresa)

Complementaria:

- Angrist, J.D. y Pischke, J-S, 2016, Dominar la Econometría, Antoni Bosch [Localízalo en la Biblioteca](#)

- Wooldridge, J.M., 2006, Introducción a la Econometría: un enfoque moderno, Thomson-Paraninfo. [Localízalo en la Biblioteca](#)

- Gujarati, D.N. y Porter, D.C., 2013, Econometría, McGraw Hill, 5ª edición. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Horarios de atención

Concertando cita previa (jequizag@unav.es)



Asignatura: Contabilidad de Gestión A (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2020-21

Presentación

<http://www.unav.edu/asignatura/contagestioneconom/>

CONTABILIDAD DE GESTION (A)

Facultad: CC. Económicas y Empresariales

Departamento: Empresa

Titulación: ADE (OB) / ECO (OP)

Curso: 3º grado único y 5º grado doble (Grupos de Español)

Organización temporal: Segundo semestre

Créditos: 6 ECTS

Profesor: Javier Arellano (jarellano@unav.es)

Tipo de asignatura: Obligatoria para ADE; Optativa para ECO

Idioma en que se imparte: Castellano

Horario de clases: Martes de 12 a 14 (Aula 12) y miércoles de 8 a 10 (Aula 10)

Competencias

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 BASICAS:

CB2) Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

COMPETENCIAS GENERALES:



CG2) Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y empresarial.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS (ADE):

CE2) Conocer los aspectos más relevantes de operaciones societarias, derivados financieros, medidas de riesgo, y/o proyectos de inversión.

CE3) Analizar en casos reales diferentes situaciones contables y financieras de una empresa y su proyección futura.

CE9) Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones.

Programa

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.

-

Actividades formativas

La signatura se impartirá con el apoyo de un libro de texto. El libro presenta de forma sencilla los conceptos más relevantes de contabilidad de gestión, tomando como base un ejemplo sencillo El alumno deberá leer antes de cada clase el tema correspondiente y visualizar los vídeos recomendados. Los casos se utilizarán para reforzar los conceptos del libro y para entrenar al alumno en la aplicación de los conceptos en situaciones reales de empresa.

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).

Durante las 15 semanas de clase (es decir, sin contar las dos semanas de vacaciones de Semana Santa), está previsto cubrir 11 temas utilizando entre 13 y 15 casos (algunos casos cubren contenidos de dos temas y algún tema tienen más de un caso). Con carácter general se trabajará un caso por semana (eventualmente un mismo caso se trabajará en dos momentos distintos o su discusión durará



más de una semana). Se estima que el alumno debe dedicar una media de entre tres y cuatro horas al estudio del tema del libro y 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 lectura del libro y la preparación de los casos previo a la clase supone alrededor del 75% del tiempo total de trabajo individual del alumno durante el curso (fuera lógicamente de las propias clases). Otro 25% debe dedicarse a profundizar en los análisis llevados a cabo para el análisis de los casos en las clases, es decir, después de la clase.

El plan de trabajo: casos, lecturas y vídeos se anunciará en clase con la suficiente antelación (mínimo una semana), se anunciará en la sección de Anuncios de este ADI y se colgarán los documentos en la sección de Contenidos del área interna del ADI.

Evaluación

CON CARÁCTER GENERAL

En convocatoria ordinaria los alumnos serán evaluados con carácter general con el siguiente esquema:

25% examen parcial. Abarcará el contenido de los 6 primeros temas. Se realizará a finales de febrero o principios de marzo. Si es posible se realizará fuera del horario de clase. El examen 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 incluidos en los capítulos del libro y/o discutidos en clase. 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.

55% examen final. Abarcará TODOS los temas del curso. Tendrá una estructura similar al del examen parcial.

Es imprescindible obtener un 40% de los puntos del examen final para superar la asignatura.

Adicionalmente, el profesor realizará una **Evaluación Continua** del alumno durante el curso. Dicha evaluación tendrá un peso del **20%**. El profesor tendrá en cuenta aspectos como (i) Preparación de casos, lecturas y visualización de vídeos (se harán exámenes breves utilizando la plataforma Socrative) (ii) Participación activa (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 ejemplificar la aplicación de los conceptos que se estén trabajando. (III) serán especialmente valoradas las aportaciones de los alumnos que permitan conectar los conceptos estudiados en clase con noticias o situaciones reales.

Si algún alumno (por motivos de enfermedad o confinamiento temporal por causa de COVID) no pudiese asistir a alguna clase, no es necesario que presente justificante ya que el sistema prevé esta posibilidad. Es decir, no es necesario ir a todas las clases y participar en todas ellas para tener un 20 puntos de participación. Lo que se pide es regularidad.



Si algún alumno (por motivos de enfermedad o confinamiento temporal por causa de COVID) no pudiese hacer el examen parcial, su examen final tendrá una ponderación del 80%.

EXCEPCIONES por COVID

Aquéllos alumnos que no puedan asistir a las clases de forma regular durante el semestre por uno de estos dos motivos: 1. Tener una exención de asistencia aprobada por dirección de estudios por motivos relacionados con el COVID o 2. Alumnos que repiten la asignatura y el horario de otras clases les impide asistir a todas las clases de la asignatura, serán evaluados exclusivamente con base en un examen examen final (100%). Los alumnos tendrán que informar de estas circunstancias por correo electrónico al profesor antes de finalizar la primera semana de clases. De lo contrario se asumirá que no tienen ningún problema para seguir el ritmo ordinario de trabajo y clases. Los alumnos de este grupo tendrá un examen diferente en fecha y formato en fecha y formato (se informará en su momento a los interesados).

En convocatoria extraordinaria los alumnos serán evaluados por medio de un único examen con una estructura similar a los de la convocatoria ordinaria.

Bibliografía y recursos

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. No obstante es obligatorio estudiar la bibliografía básica.

Bibliografía básica

Antonio Dávila y Daniel Oyon. *Malea Fashion District: A new way to learn managerial accounting*.
Localízalo 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) Localízalo en la Biblioteca

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

CASOS

Los casos utilizados en el curso se colgarán de la sección de documentación de la intranet de la asignatura

Horarios de atención

Horario de Atención de alumnos: Pendiente de conocer lo más conveniente para los alumnos. En



Universidad
de Navarra

cualquier caso será de lunes a miércoles y se deberá solicitar reunión con el profesor escribiendo un correo electrónico a la dirección del correo electrónico.



Universidad
de Navarra

Asignatura: Contabilidad de Gestión B (F.Económicas)

Guía Docente

Curso académico: 2020-21

Presentación

<http://www.unav.edu/asignatura/contagestionbeconom/>

CONTABILIDAD DE GESTION (B)

Facultad: CC. Económicas y Empresariales

Departamento: Empresa

Titulación: ADE (OB) / ECO (OP)

Curso: 3º grado único y 5º grado doble (Grupos bilingües)

Organización temporal: Segundo semestre

Créditos: 6 ECTS

Profesor: Javier Arellano (jarellano@unav.es)

Tipo de asignatura: Obligatoria para ADE; Optativa para ECO

Idioma en que se imparte: Castellano

Horario de clases: lunes de 8 a 10 (Aula 6 de FCOM*) y martes de 8 a 10 (Aula 15)

* Es posible que se cambie este aula

Competencias

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 BASICAS:



CB2) Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

COMPETENCIAS GENERALES:

CG2) Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y empresarial.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS (ADE):

CE2) Conocer los aspectos más relevantes de operaciones societarias, derivados financieros, medidas de riesgo, y/o proyectos de inversión.

CE3) Analizar en casos reales diferentes situaciones contables y financieras de una empresa y su proyección futura.

CE9) Trabajar con herramientas informáticas para la toma de decisiones.

Programa

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.

Actividades formativas

La signatura se impartirá con el apoyo de un libro de texto. El libro presenta de forma sencilla los conceptos más relevantes de contabilidad de gestión, tomando como base un ejemplo sencillo El alumno deberá leer antes de cada clase el tema correspondiente y visualizar los vídeos recomendados. Los casos se utilizarán para reforzar los conceptos del libro y para entrenar al alumno en la aplicación de los conceptos en situaciones reales de empresa.

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).

Durante las 15 semanas de clase (es decir, sin contar las dos semanas de vacaciones de Semana



Santa), está previsto cubrir 11 temas utilizando entre 13 y 15 casos (algunos casos cubren contenidos de dos temas y algún tema tienen más de un caso). Con carácter general se trabajará un caso por semana (eventualmente un mismo caso se trabajará en dos momentos distintos o su discusión durará más de una semana). Se estima que el alumno debe dedicar una media de entre tres y cuatro horas al estudio del tema del libro y 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 lectura del libro y la preparación de los casos previo a la clase supone alrededor del 75% del tiempo total de trabajo individual del alumno durante el curso (fuera lógicamente de las propias clases). Otro 25% debe dedicarse a profundizar en los análisis llevados a cabo para el análisis de los casos en las clases, es decir, después de la clase.

El plan de trabajo: casos, lecturas y vídeos se anunciará en clase con la suficiente antelación (mínimo una semana), se anunciará en la sección de Anuncios de este ADI y se colgarán los documentos en la sección de Contenidos del área interna del ADI.

Evaluación

CON CARÁCTER GENERAL

En convocatoria ordinaria los alumnos serán evaluados con carácter general con el siguiente esquema:

25% examen parcial. Abarcará el contenido de los 6 primeros temas. Se realizará a finales de febrero o principios de marzo. Si es posible se realizará fuera del horario de clase. El examen 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 incluidos en los capítulos del libro y/o discutidos en clase. 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.

55% examen final. Abarcará TODOS los temas del curso. Tendrá una estructura similar al del examen parcial.

Es imprescindible obtener un 40% de los puntos del examen final para superar la asignatura.

Adicionalmente, el profesor realizará una **Evaluación Continua** del alumno durante el curso. Dicha evaluación tendrá un peso del **20%**. El profesor tendrá en cuenta aspectos como (i) Preparación de casos, lecturas y visualización de vídeos (se harán exámenes breves utilizando la plataforma Socrative) (ii) Participación activa (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. (III) serán especialmente valoradas las aportaciones de los alumnos que permitan conectar los conceptos estudiados en clase con noticias o situaciones reales.

Si algún alumno (por motivos de enfermedad o confinamiento temporal por causa de COVID) no pudiese asistir a alguna clase, no es necesario que presente justificante ya que el sistema prevé esta



posibilidad. Es decir, no es necesario ir a todas las clases y participar en todas ellas para tener un 20 puntos de participación. Lo que se pide es regularidad.

Si algún alumno (por motivos de enfermedad o confinamiento temporal por causa de COVID) no pudiese hacer el examen parcial, su examen final tendrá una ponderación del 80%.

EXCEPCIONES por COVID

Aquéllos alumnos que no puedan asistir a las clases de forma regular durante el semestre por uno de estos dos motivos: 1. Tener una exención de asistencia aprobada por dirección de estudios por motivos relacionados con el COVID o 2. Alumnos que repiten la asignatura y el horario de otras clases les impide asistir a todas las clases de la asignatura, serán evaluados exclusivamente con base en un examen final (100%). Los alumnos tendrán que informar de estas circunstancias por correo electrónico al profesor antes de finalizar la primera semana de clases. De lo contrario se asumirá que no tienen ningún problema para seguir el ritmo ordinario de trabajo y clases. Los alumnos de este grupo tendrá un examen diferente en fecha y formato en fecha y formato (se informará en su momento a los interesados).

En convocatoria extraordinaria los alumnos serán evaluados por medio de un único examen con una estructura similar a los de la convocatoria ordinaria.

Bibliografía y recursos

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. No obstante es obligatorio estudiar la bibliografía básica.

Bibliografía básica

Antonio Dávila y Daniel Oyon. *Malea Fashion District: A new way to learn managerial accounting*. [Localízalo 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)* [Localízalo en la Biblioteca](#)

Hornigren (2002), *Contabilidad de costos. Un enfoque de gerencia*. Prentice Hall. México [Localízalo en la Biblioteca](#)

CASOS

Los casos utilizados en le curso se colgarán de la sección de documentación de la intranet de la asignatura



Universidad
de Navarra

Horarios de atención

Horario de Atención de alumnos: Pendiente de conocer lo más conveniente para los alumnos. En cualquier caso será de lunes a miércoles y se deberá solicitar reunión con el profesor escribiendo un correo electrónico a la dirección del correo electrónico.