



## Asignaturas

Auditoría (F. ECONÓMICAS)  
Bases de Datos I\_20 (F. Económicas)  
Business Communication 1 (F. Económicas)  
Business Valuation\_20 (F. Económicas)  
Corporate Finance (F. Económicas)  
Comercio Electrónico\_20 (F. Económicas)  
Competencias Emprendedoras\_20 (F. Económicas)  
Contabilidad de Gestión A (F. ECONÓMICAS)  
Cristianismo, sociedad y economía (área ciencias sociales)  
Great Books: Friendship, Ethics and Politics  
Corporate Governance (F. Económicas)  
Base de Datos II\_20 (F. Económicas)  
Data Mining para CRM (F. Económicas)  
Development Economics\_20 (F. Económicas)  
Digital Businesses\_20 (F. Económicas)  
Dirección Comercial I (F. ECONÓMICAS)  
E-Commerce\_20 (F. Económicas)  
Economía Pública (F. ECONÓMICAS)  
Econometrics I (F. Económicas)  
Empresa Familiar\_20 (F. Económicas)  
Entrepreneurship (F. ECONÓMICAS)  
Equity Investment and Portfolio Management\_20 (F. Económicas)  
EXCEL Y VBA para toma de decisiones A (F. Económicas)  
Family Business\_20 (F. Económicas)  
Financial Derivatives (F. ECONÓMICAS)  
Fixed Income\_20 (F. Económicas)  
Gestión de Proyectos\_20 (F. ECONÓMICAS)  
Gestión de Ventas (F. Económicas)  
Gobierno Corporativo (F. Económicas)



Human Resources (F. ECONÓMICAS)  
Innovation Models\_20 (F. Económicas)  
Innovation Process and Methodologies\_20 (F. Económicas)  
International Trade (F. ECONÓMICAS)  
International Finance (F. ECONÓMICAS)  
Logística (F. ECONÓMICAS)  
Machine Learning (F. Económicas)  
Machine Learning for Asset Valuation\_20 (F. Económicas)  
Marketing I (F. ECONÓMICAS)  
Marketing II (F. ECONÓMICAS)  
Marketing Estratégico\_20 (F. Económicas)  
Matemáticas Discretas\_20 (F. Económicas)  
Modern Happiness Studies (F. Económicas)  
Money, Banking and Digital Finance\_20 (F. ECONÓMICAS)  
Negocios Digitales\_20 (F. Económicas)  
Gestión de Operaciones B (F. ECONÓMICAS)  
Optimization for Business Analytics\_20 (F. Económicas)  
Prácticas en Empresa (F. Económicas, Economía)  
Programación I\_20 (F. Económicas)  
Programming II\_20 (F. Económicas)  
Project Management\_20 (F. Económicas)  
Quality Management (F. ECONÓMICAS)  
Responsabilidad Social Corporativa (F. ECONÓMICAS)  
Sistemas de Información (F. ECONÓMICAS)  
Strategic Marketing Management\_20 (F. Económicas)  
Strategy & Innovation\_20 (F. Económicas)  
Summer International Business Experience (F. Económicas)  
Sustainability (F. Económicas)  
Time Series (F. ECONÓMICAS)



**Asignatura: Auditoría (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/auditoriaeconom/>

## **Auditoría (F. ECONÓMICAS)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:** Interpretar un informe de auditoría y conocer los procedimientos para su elaboración en una Firma de servicios profesionales.
- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 6
- **Curso y semestre:** GRADOS ADE y ECO (Primer trimestre)
- **Idioma:** Español
- **Título:** ADE y ECO
- **Módulo y materia de la asignatura:** Optativa
- **Profesor responsable de la asignatura:** Nicolás Puig ([npuig@external.unav.es](mailto:npuig@external.unav.es))
- **Profesores:** Nicolás Puig ([npuig@external.unav.es](mailto:npuig@external.unav.es))
- **Horario:** Lunes de 12 a 15 horas.
- **Aula:** 12

Con este módulo se pretende dar formación específica a los alumnos de la Facultad de Económicas de la Universidad de Navarra que estén interesados desarrollar su actividad profesional en el campo de la auditoría o en el análisis financiero de las sociedades.

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

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



limitarse su uso y distribución.

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

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

En este módulo, el profesor desarrollará los conocimientos básicos adicionales en el desarrollo de la profesión de auditoría de manera que el alumno adquiera la capacidad para interpretar los informes de auditoría y que se sienta “cómodo” ante la posibilidad real del ejercicio de la profesión de auditor que le permita una rápida integración en una Firma.

## Competencias

### **Competencias básicas (ADE y ECO)**

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 (ECO y ADE)**

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

CG5. Desarrollar la capacidad de razonamiento autónomo y crítico en temas relevantes para lo económico y empresarial

### **Competencias específicas optativas (ECO y ADE)**

CE1) Obtener un conocimiento básico de cada uno de los pasos de la cadena de la actividad auditora.

CE2) Obtener un conocimiento básico de la relación entre riesgos de negocio, implicaciones en los estados financieros y riesgo de auditoría.

CE3) Obtener un conocimiento básico de las implicaciones del control interno en las sociedades.



CE4) Conocer y documentar pruebas de auditoría sobre áreas concretas de los estados financieros.

CE5) Obtener la capacidad para interpretar un informe de auditoría

## **Programa**

El Programa es el siguiente:

TEMA 1. Introducción: ¿qué es la auditoría?

TEMA 2. El informe de auditoría

TEMA 3. El proceso de auditoría

TEMA 4. Efectivo y Otros activos líquidos equivalentes

TEMA 5. Existencias

TEMA 6. Inmovilizado material

TEMA 7. Activos financieros-Deudores comerciales

TEMA 8. Pasivos financieros-Acreedores comerciales

TEMA 9. Gastos de personal e impuestos

## **Actividades formativas**

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

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

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

Los contenidos de la asignatura se trabajarán en sesiones presenciales y no presenciales.

1 Actividades presenciales (39 horas)

a Clases de exposición del profesor (20 horas): en las mismas se desarrollan los asuntos incluidos en las

presentaciones y el material de apoyo ("Hand-Outs") distribuidas con antelación a los alumnos.

Asimismo se exponen los casos a preparar por los alumnos.



b Exposición de las soluciones sugeridas por los alumnos a los casos prácticos propuestos en la sesión anterior (19 horas). Durante la misma el profesor expondrá también la solución sugerida por el mismo y solucionará las dudas relevantes.

## 2 Actividades no presenciales (89 horas)

Los alumnos deberán revisar la exposición del profesor y resolver los casos prácticos expuestos en clase. El objetivo es que apliquen los conocimientos obtenidos en la práctica en relación al proceso de auditoría en una sociedad.

## Evaluación

El alumno tendrá que realizar un único examen final. El mismo tendrá una valoración de un 70%. La participación de los alumnos en el transcurso de las clases (incluyendo la preparación y envío en el tiempo estipulado para ello de los casos planteados por el profesor) así como el nivel de las preguntas realizadas tendrá la restante valoración del 30%. En el caso de que el alumno no obtenga esta última parte de la valoración asociada a su participación, el examen final supondrá el 100% de la valoración de la asignatura.

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

El examen correspondiente al mes de junio seguirá la misma estructura y estará disponible en ADI el momento de empezar el mismo. El tiempo para la parte test estará limitada a 30 minutos y los casos prácticos a 1 hora. Una vez finalizado el alumno enviará una copia al profesor por correo electrónico

## Bibliografía y recursos

### Libros (OPCIONALES):

- Manual de Auditoría Financiera (2003). Ed. Desclee de Brouwer. José Antonio Arcenegui, Isabel Gómez y Horacio Molina [Localízalo en la Biblioteca](#) (ebook)
- Teoría y Práctica de la Auditoría (Vol I y II) (2017). Ed. Pirámide. José Luis Sánchez Fernández de Valderrama. [Localízalo en la Biblioteca](#) (Vol. 1) [Localízalo en la Biblioteca](#) (Vol. 2)
- Auditoría de Cuentas Anuales (2 Vol) (2011). Ed. Centro de Estudios Financieros. Alejandro Larriba Díaz-Zorita. [Localízalo en la Biblioteca](#)



Universidad  
de Navarra

#### **Textos legales:**

- Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas.
- Plan General de Contabilidad aprobado mediante REAL DECRETO 1514/2007, de 16 de noviembre.

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

#### **Horarios de atención**

Los lunes a las 11:30. Solicitar anticipadamente por correo electrónico



**Asignatura: Bases de Datos I\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/bases-de-datos-i20-f-economicas/>

## **Bases de Datos I\_20 (F. Económicas)**

---

**Breve descripción de la asignatura:** Los sistemas de bases de datos son actualmente parte esencial de cualquier sistema de información. Por ello, es muy probable que el alumno en su futuro profesional tenga que interactuar con diversos tipos de bases de datos. En esta asignatura se va a profundizar en el diseño de bases de datos y se realizarán prácticas con un SGBD (Sistema Gestor de Base de Datos) comercial. En el segundo semestre se ampliarán los conocimientos adquiridos en la asignatura Bases de Datos II.

**Carácter:** Obligatoria para alumnos de 2º Ab+DA y 2º Eb+DA

**ECTS:** 3 (75 horas aprox. de trabajo)

**Curso:** 2º

**Semestre:** 1º

**Idioma:** Castellano

**Títulos:** Ab+DA; Eb+DA

**Módulo y materia de la asignatura:** VII. Optativas / VII.2. Optativas Específicas

**Profesor responsable de la asignatura:** María Castillo Latorre (mclatorre@unav.es)

**Horario de clases y aula:**

- Lunes, de 15:30 a 17:30, [sala de informática S560](#) (sótano - edificio Amigos)

## **Competencias**

**Competencias Específicas del programa Data Analytics:**

**CEOP1:** Acceder y gestionar datos masivos.





**CEOP2:** Conocer lenguajes de programación que puedan ser utilizados para resolver problemas de economía y/o empresa.

**CEOP3:** Trabajar con elementos visuales que ayuden a interpretar y entender conceptos y elementos complejos de problemas económicos y/o empresariales.

**CEOP4:** Identificar patrones y tendencias y extraer información útil que involucren datos masivos en el área de la economía y/o la empresa.

**CEOP5:** Comunicar de manera eficiente los resultados a una audiencia profesional en las áreas de economía y/o empresa.

## **Programa**

### **1- Introducción**

- Aplicaciones de los sistemas de Bases de Datos
- Sistemas de Bases de Datos vs Sistemas de Archivos
- Modelos de Datos
- Lenguajes de Bases de Datos
- Estructura de un sistema de Bases de Datos

### **2- Modelo Entidad-Relación (E-R)**

- Conceptos básicos: restricciones y claves
- Diagrama Entidad-Relación
- Diseño de un Esquema de Base de Datos E-R

### **3- Modelo Relacional**

- Estructura de las Bases de Datos Relacionales: relaciones, claves, restricciones
- Reducción de un Esquema E-R a un Esquema Relacional
- Álgebra relacional: operaciones
- Cálculo relacional

### **4- SQL (Prácticas en un SGBD con una tabla)**

- Lenguaje de Definición de Datos
- Estructura básica de consultas
- Funciones de agregación y de modificación

## **Actividades formativas**

La asignatura incluirá diferentes actividades presenciales y no presenciales.



## Actividades presenciales:

1. Clases teórico-prácticas y de resolución de problemas: 12 horas

Se explicarán los conceptos teóricos sobre el diseño de bases de datos y se realizarán ejercicios de modelado. El alumno podrá complementar estas explicaciones consultando la bibliografía recomendada u otros recursos.

2. Clases prácticas con ordenador: 8 horas

Se realizarán cuatro sesiones prácticas con ordenador para aprender el manejo de un SGBD y aprender las sentencias básicas de SQL.

3. Prueba práctica con ordenador, defensa mini-proyecto de diseño y examen final: 5 horas

Las fechas de evaluación se publicará con la debida antelación. La fecha del examen final será fijada por la Facultad

*Total actividades presenciales: 25 horas*

## Actividades no presenciales:

1. Resolución personal de problemas: 16 horas

El alumno dispondrá de hojas de problemas para resolver y así afianzar los conocimientos que se deben adquirir en la asignatura.

2. Preparación de un mini-proyecto de diseño de una base de datos: 11 horas

El alumno tendrá que realizar el diseño de una base de datos en un ámbito distinto a los vistos en clase. El proyecto deberá ser presentado ante compañeros y el profesor.

3. Estudio personal: 23 horas

El número de horas de estudio personal puede ser mayor o menor en función del nivel de asimilación del alumno.

*Total actividades no presenciales: 50 horas*

Se recomienda asistir a **todas** las clases para seguir convenientemente el programa de la asignatura y estar preparado para todas las pruebas que se realizarán a lo largo del semestre. La profesora de la asignatura estará disponible para resolver las dudas que vayan surgiendo tal y como se describe en la sección *Horarios de atención* de la guía docente.

## Evaluación

\* La transmisión del valor de la honestidad académica forma parte de la educación de nuestros estudiantes.

Las medidas correctoras y sancionadoras que podrían afectar a la evaluación de la asignatura se incluyen en la [Normativa de la Universidad sobre Disciplina Académica](#) y en el [Resumen sobre la Política de Honradez](#).

La nota final de la asignatura será un promedio ponderado con los siguientes porcentajes:

**Convocatoria ordinaria (diciembre):**



- **Asistencia y participación en clase:** 5%
- **Proyecto de diseño individual:** 15%
- **Prueba práctica con ordenador:** 30%
- **Examen final:** 50% (es necesario obtener en este examen al menos 4 puntos de 10 para tener en cuenta el resto de notas y poder superar la asignatura)

**Convocatoria extraordinaria (junio):**

- **Asistencia y participación en clase:** 5%
- **Proyecto de diseño individual:** 10%
- **Prueba práctica con ordenador:** 25%
- **Examen final:** 60% (es necesario obtener en este examen al menos 4 puntos de 10 para tener en cuenta el resto de notas y poder superar la asignatura)

## **Bibliografía y recursos**

**Bibliografía básica:**

- A. Silberschatz, H.F. Korth, S. Sundarshan, *Fundamentos de Bases de Datos* (2014, 6ª ed.), McGraw Hill. [Localízalo en la Biblioteca \(Recurso electrónico\)](#)
- C.J. Date, *Introducción a los Sistemas de Bases de Datos* (2001, 7ª ed.), Prentice Hall [Localízalo en la Biblioteca](#)

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

## **Horarios de atención**

**María Castillo Latorre (mclatorre@unav.es):**

- despacho 2280 (2ª planta, hilera), Edificio Amigos
- horario: lunes y martes de 17:30 a 19:00, debido a la pandemia es imprescindible solicitar cita previa por correo electrónico



**Asignatura: Business Communication 1 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentation**

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

**ECTs:** 6

**Professor:** Xavier Oliver: [xoliver@external.unav.es](mailto:xoliver@external.unav.es)

**Schedule:** Tuesday 12 to 1:30pm Wednesday: 8-9:30am

**Courses:** 3th, 4th, 5th, 6th

**Semester:** 1st

**Subject:** Elective

**Grade:** International Degree of Management, Global Management and Law Double Degree

**Lenguaje:** English

## **Competencies**

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

### **General Competencies (Management and Economics)**

GC2. Identifying, incorporating and using acquired knowledge in argument, discussion and problem solving as they apply to economics and business.

### **Specific Competencies (Management)**

SC5. Understanding the concept of strategy within a business.



SC6. Analyzing the design of a business's goals and strategies.

SC8. Developing case studies on subjects related to economics and business.

#### **Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)**

SC06. Acquiring and improving understanding of the practical aspects of business, including start-up, administration and evaluation.

SC07. Acquiring a deeper understanding of and sharpening skills in fields of study particular to business activities, such as accounting, finance, project management and quality control.

### **Program**

1. **Introduction. What's BC? The Value Theory**
2. **Consumer Insights. Neuromarketing (how our mind works). How do we purchase? Our favourite brands: the what and the why.**
3. **Apple Retail Stores**
4. **Workshop: Retail as a way of creating Brand Influence. Retail Brands that made it well**
5. **BCN Brand**
6. **Workshop: Brand Personality and how to create a good portfolio**
7. **Inditex**
8. **Workshop: Low cost as a competitive advantage and how to get out of there. Inditex Brand Architecture. Developing a World of Differences.**
9. **Corona Beer (short version)**
10. **Workshop: Beers of the world. Values and diversification processes**
11. **Snapple**
12. **Workshop: Diversification in FMCG copying luxury catwalk**
13. **Samia Mazri**
14. **Workshop: Creating a brand reputation in the B2B context**
15. **El Caserío**
16. **Workshop: How to create an aspirational brand world.**
17. **Siemens**
18. **Workshop: Employer Branding as a formula for change**
19. **Vueling**
20. **Workshop: Digital density throughout the customer journey as a change of the growth business mode**
21. **DKV**
22. **Workshop: service as a diversification and differentiation formula**
23. **El Celler de Can Roca**
24. **Workshop: How to grow without losing the soul.**



Universidad  
de Navarra

## **Evaluation**

Class Participation: 40%, individual and group exercises: 60%

Individual interest in attending the sessions (only three absences allowed), as in the participation in the case discussions and in workshop presentations will be valued (40%)

## **Professor Contact**

Please write to [xoliver@external.unav.es](mailto:xoliver@external.unav.es)



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Business Valuation\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Introduction

[Business valuation](#)

[Professor's introduction](#) Panopto

## **Business valuation**

---

**Business valuation** is an interactive course that aims at making the student capable of understanding the main financial and management concepts and tools needed to properly value companies. It combines a well structured theoretical framework with practical exercises and real life business cases and examples. Although it is mainly a '*valuation*' course, it also focuses on the '*management*' implications of the valuation maximization approach, and includes the relevant influence of the macroeconomic environment and the monetary policy on financial and corporate valuations. Due to the nature of the subject, a moderate knowledge of corporate accounting, finance, and spreadsheet using (Excel or similar) is required.

**Type: Mandatory (Finance & Accounting)**

**Faculty: School of Economics and Business**

**Number of credits: 3 ECTS**

**Language: English**

**Professor: Miguel García de Eulate ([mgarciadeeu@external.unav.es](mailto:mgarciadeeu@external.unav.es)) [LinkedIn profile](#)**

**Course: 2nd year**

**Semester: 2nd semester (January to May)**

**Classes: *This is an intensive course that will start on February 28<sup>th</sup> and will finish at the end of the second semester.***

Weekly class timetable:

Mondays from 17.30 to 19:30, room: Aula 01

Thursdays from 17:30 to 19:30, room: Aula 07



Exception: there will not be class on Thursday March 3 because there is class of Machine Learning. The class has been moved to Wednesday March 2, room: Aula 7.

**Exam: May (Extraordinary exam: June)**

## Competences

## Competences

**SSOP19** Gain an in-depth understanding of the techniques used to draft financial statements and interpret them

**SSOP20** Understand important aspects of the regulation as it applies accounting and finance and understand its implications

**SSOP21** Master advanced concepts in auditing

**SSOP22** Know about and manage advanced tools and techniques to value financial assets

**SSOP23** Gain an in-depth knowledge of the workings of financial markets

## Program

## Program

### Table of contents

Topic 1: Fundamental Principles of Value Creation and Managerial implications - Chapters 1 to 8 (3, 4, and 5, not mandatory)

- 1 - Analyzing Key Value Drivers
- 6 - Return on Invested Capital
- 7 - Revenue Growth
- 8 - Frameworks for Valuation
  - Enterprise DCF and Economic Profit Models
  - Adjusted Present Value

Topic 2: Analyzing Historical Performance - Chapters 9, 10, 18 and 20 (18 and 20, not mandatory)

- 9 - Reorganizing the Financial Statements
- 10 - Analyzing Performance and Competitive Position
- Advanced Financial Analysis
  - Taxes
  - Debt Equivalents: Leases

Topic 3: Building the Valuation Model - Chapters 11 to 15

- Forecasting Performance
  - 11 - The Explicit Forecast Period





- 12 - Continuing Value
- 13 - The Weighted Average Cost of Capital
  - The Cost of Equity
  - The Cost of Debt
- Putting the Model to Work
  - 14 - From Enterprise to Equity Value
  - 15 - Calculating and Interpreting Results

#### Topic 4: Alternative Methods of Valuation - Chapter 16

- Multiples
- Valuing Flexibility using Real Options

#### Topic 5: Managing for Value (Valuation from a management perspective) - Chapters 25 to 30

- 25 - Corporate Portfolio Strategy
- 26 - Performance Management
- 27 - Mergers and Acquisitions
- 28 - Divestitures
- 29 - Capital Structure, Dividends, and Share repurchases
- 30 - Investor Communications

### Educational activities

## Educational activities

- Periodically, the professor will deliver a test with some questions or practical cases to be answered by each student before the following class.

- Additionally, some specific work or cases might be asked to be answered by a particular student or team of students.

**Both types of assignments together will carry a 20% weight in the final evaluation.**

- At each class a time slot will be devoted to the discussion and solution of those tests and cases.

**These presentations in class together with overall class attendance and class interactivity will carry a 20% weight in the final evaluation.**



- The professor will explain the theoretical framework with illustrative example and cases of companies' valuation.

During the month of May the final exam will be scheduled.

***This final exam will carry a 60% weight in the final evaluation.***

During the month of June, at the end of the academic year, an extraordinary exam will take place, for those students who have not been able to pass the final evaluation in May.

## **Student evaluation**

### **Student evaluation**

The course will include both theoretical sessions and practical exercises (either individual or by groups) that will be performed in class.

Additionally, some questions corresponding to the previous class and/or exercises/presentations/cases will need to be prepared during each week in order to better acquire knowledge and skills and maintain a coherence and constant relationship between theory and practice. These weekly exercises will be previously sent to the professor via ADI or email.

Moreover, students will also perform presentations in class.

Thereby, class attendance will also be encouraged and valued.

Due to the practical nature of the course, students will take their laptops to class, although they will only be used when explicitly asked by the professor.

The assessment of each student will be carried out as follows:

- Individual or group work assignments: 20%
- Class attendance, presentations and participation: 20%
- Final exam: 60%

-----  
In case the global assessment yields a failing grade (below 5/10), or if it reaches 5/10 but the result of the May exam is below 4/10, the student will need to pass the extraordinary exam in June, and in this case, the final grade will be only dependent on the June exam result.

-----  
If due to justified reasons (such as health related matters) a student cannot attend the final exam:

1) The student must notify this circumstance and its justification (with the Faculty's authorisation) to the professor in written form before the date and hour of the exam.



Othwise, the student will be considered as absent in the exam.

2) The student will perform the written exam in the date and hour set up by the professor, but the evaluation of the exam will be mixed: 50% the written exam itself and 50% an special individual oral exam that will take place in the date and hour set up by the professor.

In the case of extraordinary circumstances (such as Faculty's restriction to physical exams), the evaluation process can be altered. Please consult all sections of this subject in ADI in order to gather all relevant information.

---

As an integral part of the education of our students, it is important that we all respect the value of academic integrity, which of course will be taken into account for valuation purposes.

You can obtain more information regarding academic discipline in the following link: [university regulations regarding academic discipline](#)

Moreover, a summary of the University policy regarding plagiarism and copying can be found below:

HONESTY IS THE BEST POLICY (Ethics Committee Provisions Against Plagiarism and Copying)

We value honesty. Without it, there can be no trust or any meaningful social relations. Therefore, the School expects honesty and fairness from all of its members: professors, non-academic staff, and students.

Dishonest behaviours will be sanctioned in accordance with the [University Norms on Student Academic Discipline of August 2015](#), and include lying, cheating in exams, and plagiarism in written work. We take such violations seriously. Depending on their gravity, these offences will be dealt with by the Professor in charge of the subject, by the Dean of Students, and in very severe cases, by the Vice President for Student Affairs.

Sanctions include:

- formal warnings
- prohibition from entering University premises for a given period
- loss of admission rights to exams
- loss of scholarships
- a failing grade for the piece of work or the whole course



## Bibliography and resources

### Bibliography and resources

- **Main course book:**

**"VALUATION - Measuring and Managing the Value of Companies"** Sixth University edition. McKinsey & Company. 2015.

Authors: Tim Koller, Marc Goedhart, David Wessels     [Localízalo en la Biblioteca](#)

- **Other reference books:**

- **Investment valuation:** tools and techniques for determining the value of any asset / Aswath Damodaran. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- **Valuation workbook:** step-by-step exercises and tests to help you master valuation / McKinsey & Company, Inc. ; Tom Copeland ... [et al.] [Localízalo en la Biblioteca](#)

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

## Office hours and professor contact

### Office hours and professor contact

The professor can be reached directly through the ADI platform or his email (mgarciadeeu@external.unav.es).

The blog can also be used to send comments and questions that will be answered by the professor but can be also viewed and commented by other students.

**Office: 2300 at "Amigos" building, ("Hilera", second floor). Fridays, from 15:30 to 17:30 (upon previous confirmation, as day or time changes might take place and health procedures might apply. The possibility of remote meetings via Internet is also open).**



**Asignatura: Corporate Finance (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentation**

<https://asignatura.unav.edu/cfinanceAeconom/>

## **Corporate Finance (F. Económicas)**

---

Each of the decisions made by a company has implications from the financial point of view and can be analyzed in the framework of corporate finance. This course introduces a general view of corporate finance and provides the tools to understand the theory and apply the techniques developed in that field.

- **Professor:** Andrés Mesa Toro
- **Course:** Corporate Finance
- **Type:** Compulsory
- **Credits (ECTS):** 6
- **Semester:** Fall
- **Year:** 3rd
- **Language:** English
- **Schedule and classroom:** Thursdays 10 to 12 (Aula 04), Fridays 12 to 14 (Aula B2)

## **Competences**

The main objective of the course is to explain how corporate finance works based on the analysis of the following types of decisions that are presented:

**Investment decisions:** The student must be able to assess investment projects and decide in which projects the company should invest.

**Financing decisions:** The student must know the different forms of financing, the cost of each of them and decide on the best possible capital structure.

**Decisions of remuneration to the shareholder:** The student must know the different techniques of remuneration of the shareholder and decide the optimal distribution of the funds between self-financing and the remuneration to the shareholder.



Through this course the student will achieve the following **competences**:

### **Basic Competences:**

CB1 - Students should demonstrate knowledge and understanding of the subject area based on a general secondary school education. They should have a general level that is well supported by advanced texts, but that also encompasses aspects that suggest knowledge of the leading edge of their field of study.

CB2 - Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

CB5 - Students should have developed the learning skills necessary to undertake higher programs of study with greater independence.

### **General Competences:**

CG2 - Identifying, incorporating and using acquired knowledge in argument, discussion and problem solving as they apply to economics and business.

CG3 - Mastering the digital, mathematical and technical tools necessary for academic and professional activity in economics and business.

CG4 - Teamwork.

CG5 - Developing the capacity for independent critical thought on matters relevant to economics and business.

### **Specific Competences:**

CE1 - Possessing a thorough knowledge of the General Accounting Plan as well as accounting and finance theory.

CE2 - Understanding the most relevant aspects of corporate transactions, financial derivatives, risk management and investment projects.

CE3 - Analyzing a business's real-life accounting and finance situation and making projections about its future.

CE4 - Understanding business in theory and in practice, as well as businesses' organizational structures and the relationships between their different components.

CE8 - Developing case studies on subjects related to economics and business.

CE10 - Incorporating mathematical reasoning and quantitative tools in a business's decision-making processes.

## **Syllabus**

### **Part I: Investment Decisions**

Topic 1. Mathematical Finance

Topic 2. Investment Decisions

Partial exam: October 2nd

### **Part II: Financing Decisions and Shareholder Remuneration**

Topic 3. Overview of Corporate Finance

Topic 4. Dividend Payment Policy



Topic 5. Indebtedness Policy and Capital Structure

Topic 6. Indebtedness and Valuation. The Cost of Capital

**Part III: Short-term Financial Planning**

Topic 7. Short-term financial planning

**Training activities**

**Structure of the theoretical and practical lectures:**

The content of the course will be covered in theoretical and practical lectures of 45 minutes each. The theoretical lectures will also include the resolution of practical exercises. Attendance and, above all, active participation in class will be valued.

**The distribution of the theoretical and practical lectures is as follows:**

Theoretical lectures: 28 hours

Practical lectures: 24 hours

Exercises, cases and home study: 93 hours

Exams: 5 hours

Total dedicated hours: 150 hours

Most of the topics included in the program will include practical exercises during the lecture. Likewise, certain exercises to be solved or developed by the students (Individually or in teams) will be published in ADI with due advance to the deadline for delivery.

The submission and presentation of the requested assignments are determining factors for the final grade of the continuous evaluation.

A basic knowledge of Excel spreadsheets is necessary for carrying out some exercises and cases.

**Exams:**

There will be a final exam once the course has concluded with an approximate duration of 2 hours and a partial exam during the course.



## **Grading**

A continuous evaluation system will be followed, in which continuous work and active participation in class (on campus and online) will be valued.

There will be two exams (one partial and one final). In each exam the content is cumulative.

## **Components of evaluation:**

The final grade of the course in the **ordinary** call will be obtained according to the following criteria:

Partial exam: 20%. It will be done during class time. (October 1st or 2nd)

Final exam: 60%.

Team groups assignments (With random group presentation in class): 20%

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

The final grade of the course in the **extraordinary** call will be obtained according to the following criteria:

Final exam: 80%.

Team groups assignments (With random group presentation in class): 20%

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

## **Bibliography**

### **Referencia principal:**

- Brealey, Myers and Allen (2020), Principles of Corporate Finance, McGraw Hill (Ed. 13)  
[Localízalo en la Biblioteca](#)
- Lecture notes and complementary materials will be available in ADI.

### **Otras referencias:**

- 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)
- 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).





Universidad  
de Navarra

[Localízalo en la Biblioteca](#)

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

## Office hours

Andrés Mesa Toro (amesat@unav.es)

- Office hours: tuesday 10 to 12
- Location: Office 4030(Amigos Building)/Zoom
- Important: Confirm appointment by email



**Asignatura: Comercio Electrónico\_20 (F. Económicas)**

Guía Docente

Curso académico: 2021-22

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/comercio-electronico20-f-economicas/>

Fuente: Louis Vuitton, 2019

## Comercio Electrónico

**Módulo:** Comercio Electrónico | General Management and Strategy

**Año:** Segundo

**Semestre:** Segundo

**Horario de clases:** Jueves de 8 am a 10 am, Aula B1 (Sótano 1), edificio Amigos.

**Número de créditos:** 3 ECTS

**Tipo de curso:** Obligatorio

**Idioma:** Español

**Instructor:** Roberto Álvarez Landeros, director del curso ([ralvarezl@external.unav.es](mailto:ralvarezl@external.unav.es))

**Despacho:** 4070 4th piso (Torre), Edificio Amigos

**Horario de atención:** Jueves de 4:00 pm a 6:00 pm (*por favor envía un correo para agendar una cita*)

## Descripción del curso

Este curso examina los conceptos, la tecnología y las aplicaciones del comercio electrónico o el comercio electrónico. Dado que los usuarios pueden participar en el comercio electrónico desde un dispositivo fijo (por ejemplo, una PC) o un dispositivo móvil (por ejemplo, un teléfono móvil), examinaremos el comercio electrónico fijo tradicional y el comercio electrónico móvil o el comercio móvil.

- El curso comienza estableciendo el contexto para el comercio electrónico dentro del dominio de los sistemas de información. Luego, el curso examina el comercio electrónico en detalle. Presenta conceptos generales sobre comercio electrónico y los demuestra con un estudio de caso. Explica características y ejemplos del comercio electrónico B2C y examina el papel creciente del comercio social.
- Este programa analiza el comercio electrónico B2B y lo contrasta con el comercio electrónico B2C. Examina la seguridad y el pago en el comercio electrónico. Explica la infraestructura tecnológica necesaria para respaldar un sistema de comercio electrónico y describe cómo se construyen los sistemas de comercio electrónico.
- A continuación, el curso examina en detalle el comercio móvil. Presenta conceptos de comercio móvil y analiza la tecnología necesaria para el comercio móvil. Examina la gama de aplicaciones de comercio móvil y analiza la seguridad y los pagos móviles. El curso concluye con una presentación sobre el futuro del comercio electrónico.



## **Programa** Módulo I. Introducción al comercio electrónico | El método del caso

- Una nota introductoria sobre el método del caso

- Fundamentos de la Gestión (J.A. Pérez López, IESE Business School) - Introducción a la transformación digital y las redes sociales - Direct to Consumer Brands (Harvard Business School)

**Módulo II. Estrategia e Internet** - Modelado de negocios | El modelo Diamond-E (Harvard Business School) - M. Porter Five Force Model (Escuela de Negocios de Harvard) - Estrategia del Océano Azul (INSEAD Business School)

- Sony PS4 ( estudio de caso) - Amazon se vuelve global (estudio de caso) **Módulo III. Innovación y disrupción** - Estrategias disruptivas: innovación sostenida, disrupciones de gama baja y alta (Harvard Business School) -Introducción a FinTech (Wharton, Universidad de Pennsylvania) - Apple Pay (estudio de caso) **Módulo IV. Robots vs personas | Pensamiento sistémico** - Introducción al pensamiento sistémico (MIT Sloan School of Management) - Introducción a la inteligencia artificial, la PNL, la robótica y el aprendizaje profundo (MIT) - El modelo de 4-Cap (MIT Sloan School of Management)

- Google en China (estudio de caso)

- Google Cloud (estudio de caso) - Siri vs Google vs Alexa (estudio de caso) **Módulo V. Blockchain | Clústeres de innovación** - Objeto empresarial y continuidad empresarial (IPADE Business School) - Introducción a los clústeres (MIT Sloan School of Management) - Facebook en India (estudio de caso)

- Bitcoin (estudio de caso)

## **Actividades formativas** **1. Actividades docentes en el aula** **1.** Conferencias Las

conferencias son impartidas por el profesor sobre los temas indicados en el temario con la ayuda del pizarrón, presentaciones en power point, videos y películas de animación. El profesor publicará en ADI la presentación en power point, las notas de cada tema y algunas recomendaciones para lecturas posteriores. **2.** Seminarios (obligatorio) Incluyen: - Respuestas a las preguntas del alumno por parte del profesor y compañeros. - Presentación por parte del profesor de modelos de negocio actuales relacionados con la asignatura. - Presentaciones orales de los estudiantes sobre temas y un caso de negocio propuesto por el profesor. La clase se dividirá en grupos de 4-6 estudiantes cada uno. Cada grupo preparará una presentación oral en la que cada alumno hablará durante 4-6 min. Al final de la presentación, los estudiantes deberán responder preguntas. **3.** Tutoriales individuales Cada estudiante puede tener entrevistas personales con el profesor para ayudarlo con su estudio y aprendizaje personal. **4.** Evaluación Exámenes para evaluar el logro exitoso de los objetivos

**II. Trabajo personal** Los estudiantes deben comprender los temas cubiertos al principio del curso para poder comprender la información presentada más adelante en el curso y deberán poder integrar el material aprendido a lo largo del curso. Por lo tanto, es importante que no se queden atrás y traten de reservar horarios regulares fuera de clase para trabajar en el material del curso a diario. **1.** Los estudiantes deben leer la lectura asignada para un tema antes de la clase que trata ese tema. Estar familiarizado con los temas de antemano permitirá a los estudiantes aprovechar al máximo la conferencia. **2.** Los estudiantes deben realizar un estudio personal utilizando las notas del profesor, las notas tomadas en las conferencias y los libros recomendados si es necesario. **3.** Los estudiantes deben preparar presentaciones orales en castellano. **Distribución de créditos / horas de las actividades. 3 ECTS = 75 h (25 h / ECTS)** **1.** Conferencias 0,8 ECTS 20 h (26,7%) **2.** Seminarios 0,3 ECTS 7 h (10,0%) **3.** Evaluación 0,1 ECTS. 2 h. (2,6%)

\_\_\_\_\_ Total de actividades presenciales  
1,2 ECTS 29 h (40%) **4.** Tutorías presenciales. 0,02 ECTS 1 h (10%) **5.** Trabajo personal. 1,8 ECTS  
45 h (50%) \_\_\_\_\_ Total 3 ECTS 75 h  
(100%)

## **Evaluación**



Habrá dos exámenes parciales y un examen final. Los exámenes parciales y finales incluirán un caso de negocio a resolver. Las preguntas de los exámenes se extraerán directamente de conferencias, debates en clase y seminarios.

Para calcular la calificación final, el rendimiento del curso y la calificación se determinarán de la siguiente manera:

- Examen parcial 30%
- Examen final 50%
- Seminarios 20% (Presentación oral 8% + Participaciones 12%)

Los seminarios se calificarán teniendo en cuenta la presentación oral (contenido y habilidades para comunicarse en castellano) y la participación. Los criterios de evaluación se publicarán en ADI.

El examen parcial se realizará al inicio de la clase e incluirá los módulos I-III.

El examen final se realizará en mayo e incluirá los módulos I-V.

## **Criterios para aprobar la asignatura**

Los alumnos cuya calificación final sea inferior a 5 puntos o cuyo examen final no sea aprobado, es decir, un examen final inferior a 5 puntos, no aprobarán la asignatura y serán calificados como Suspenso.

Los estudiantes que no rindan el examen final no aprobarán la asignatura y serán calificados como No Presentado.

## **LA HONESTIDAD ES LA MEJOR POLÍTICA**

(Disposiciones del Comité de tica contra el plagio y la copia)

Valoramos la honestidad. Sin él, no puede haber confianza ni relaciones sociales significativas. Por lo tanto, la Escuela espera honestidad y equidad de todos sus miembros: profesores, personal no académico y estudiantes.

Los comportamientos deshonestos serán sancionados de acuerdo con las Normas Universitarias sobre Disciplina Académica del Estudiante de agosto de 2015, e incluyen mentir, hacer trampa en los exámenes y plagio en el trabajo escrito. Nos tomamos en serio estas violaciones. Dependiendo de su gravedad, estas infracciones serán atendidas por el Catedrático encargado de la asignatura, por el Decano de Alumnos y, en casos muy graves, por el Vicerrectorado de Alumnos.

Las sanciones incluyen:

- advertencias formales
- prohibición de ingresar a las instalaciones de la Universidad por un período determinado



- pérdida de los derechos de admisión a los exámenes pérdida de becas
- una calificación reprobatoria para el trabajo o para todo el curso

## Competencias

CB2 Los estudiantes deben poder aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una manera profesional. Deben poder demostrar sus competencias generales desarrollando y defendiendo argumentos y resolviendo problemas dentro de su área temática.

CB3 Los estudiantes deben ser capaces de recopilar e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su campo de estudio) para emitir juicios que abarquen la consideración de temas sociales, científicos y éticos relevantes.

CB4 Los alumnos deben ser capaces de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como general.

CB5 Los estudiantes deben haber desarrollado las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender programas de estudios superiores con mayor independencia.

CG2 Identificar, incorporar y utilizar los conocimientos adquiridos en la argumentación, discusión y resolución de problemas aplicados a la economía y los negocios.

CG5 Desarrollar la capacidad de pensamiento crítico independiente sobre asuntos relevantes para la economía y los negocios.

CG6 Comunicar resultados y análisis útiles en economía y negocios, tanto verbalmente como por escrito.

## Bibliografía y recursos

### **Libro de Texto:**

[Foundations of Management J.A. Pérez Lopez, IESE .pdf](#)

### **Other:**

- Kim, Chan y Mauborgne Renéé. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Boston, Massachusetts, USA: Harvard Business School. [Find this book in the Library](#)

- Laszlo, Chris. (2003). *The Sustainable Company*. Washington, Covelo, London: Island Press. [Find this book in the Library](#) (eBook version)

- Senge M., P. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of Learning Organization*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica. [Find this book in the Library](#)



Universidad  
de Navarra

- For translation and pronunciation of words and short sentences:  
<http://translate.google.com/#en|es>

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

## Horario de atención

**Instructor:** Roberto Álvarez Landeros, director del curso ([ralvarezl@external.unav.es](mailto:ralvarezl@external.unav.es))

**Despacho:** 4070 4th piso (Torre), Edificio Amigos

**Horario de atención:** Jueves de 4:00 pm a 6:00 pm (*por favor envía un correo para agendar una cita*)

## Presentación

Source: The Walt Disney Company (2020)

<https://asignatura.unav.edu/comercio-electronico20-f-economicas/>

# Comercio Electrónico\_20 (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:**



**Asignatura: Competencias Emprendedoras\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/competencias-emprendedoras20-f-economicas/>

## **Competencias Emprendedoras\_20 (F. Económicas)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:**

En esta asignatura se prepara al alumnado para conocer y desarrollar los recursos indispensables para innovar en cualquier ámbito, incluido el empresarial: Persuasión, toma de decisiones, competencias digitales para la creación y divulgación de contenidos, negociación, comunicación, inteligencia emocional, liderazgo de equipos, self-awareness ...

A través de sesiones expositivas, dinámicas, testimonios y talleres se abordarán las habilidades para innovar y se iniciará la creación del portfolio de competencias que permitirá a cada estudiante mostrar sus aprendizajes, sus logros y su evolución en la aplicación de los conocimientos que va a adquirir en el diploma.

- **Carácter:** Optativa Perfil Innovación y emprendimiento
- **ECTS:** 6
- **Curso y semestre:** 2º curso, Semestre 4
- **Idioma:** castellano/inglés
- **Título:** Competencias emprendedoras
- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:** María Beúnza
- **Profesores:** **María Beúnza**
- **Horario:** Martes de 12 a 14h
- **Aula:** 1 Edificio amigos

## **Competencias**

### **Competencias**

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

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

CG3: Preparar informes profesionales y realizar presentaciones multimedia

CG4: Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y/o empresarial.

CG6: Conocer los diferentes entornos en los que desarrolla su trabajo: la coyuntura, los mercados, el contexto histórico, legal o humanístico.

CG8: Desarrollar expectativas, describir escenarios y hacer estimaciones usando datos relevantes para la empresa

CEOP 12: Conocer y aplicar conceptos y teorías del área de la innovación, en sus diferentes aspectos (innovación social, de producto, radical, modular, disruptiva, minimalista)

CEOP 13: Conocer y aplicar conceptos y teorías avanzadas del área de la estrategia

CEOP 14: Conocer los fundamentos económicos de la innovación en el área de la empresa

CEOP 15: Conocer y aplicar los conceptos y teorías de entrepreneurship e intrapreneurship

Al finalizar esta asignatura el alumno será capaz de:

- Conocer y desarrollar su perfil para emprender
- Complementarse con perfiles diversos en equipos de trabajo
- Establecer escenarios de futuro que desarrollen su visión
- Activar y demostrar las conductas críticas del “ADN del innovador”: Observar, Asociar, Cuestionar, Conectar y Experimentar
- Comunicar ideas y proyectos presencial y virtualmente

## **Programa**

### **Programa**

## **MÓDULO 0: COMPETENCIAS BÁSICAS (12 horas)**





**Sesión 1:** Introducción a la asignatura y calendario de entregables finales.

Las competencias clave para la empleabilidad. Organización de equipos.

**Sesión 2:** Identidad y comunicación digital. Visita/invitación a empresa comunicación digital y definición del esquema del portfolio individual.

**Sesión 3:** Creación y edición de contenidos

**Sesión 4:** Divulgación de contenidos

**Sesión 5:** Gestión de equipos y proyectos digitalmente

**Sesión 6:** KET y programación (chatbots,etc)

## **MÓDULO 1: VISIÓN DE FUTURO (6 horas)**

**Sesión 7:** Prospectiva y tendencias. Fuentes y elección del scouting a realizar

**Sesión 8:** Innovación abierta y alianzas. Casos prácticos

**Sesión 9:** Trabajo en el scouting y diseño de laboratorio de tendencias

## **MÓDULO 2: ORGANIZACIÓN Y EQUIPOS DE INNOVACIÓN (6 horas)**

**Sesión 10:** Equipos de innovación y roles. Casos prácticos

**Sesión 11:** Retribución, reconocimiento y sistemas para incentivar la innovación.

**Sesión 12:** Trabajo en la conceptualización del caso práctico de la empresa elegida y en la creación del repositorio virtual

## **MÓDULO 3: PERSONAS INNOVADORAS (6 horas)**

**Sesión 13:** Las 5 Conductas y testimonios. Dinámicas para generar portfolios individuales

**Sesión 14:** La mentalidad emprendedora y su desarrollo. Trabajo para la elaboración del catálogo audiovisual de emprendedores referentes.

**Sesión 15:** Ventas y persuasión. Dinámica de venta y testimonios.



## MÓDULO 4: APLICACIÓN Y DIFUSIÓN (30 horas)

- Creación colaborativa **del laboratorio de tendencias** (junto al Innovation Factory y estableciendo alianzas estratégicas con fuentes de prospectiva, si procede)

Una tendencia por equipo y un equipo coordina la creación del laboratorio para generar un informe de referencia.

- Creación de la **multiplataforma de casos prácticos de empresas innovadoras** analizadas (como mínimo vídeos descriptivos y caso práctico con fichas para alumnado y profesorado)

Una empresa por equipo y un equipo coordina la creación del repositorio virtual que puede incluir más casos que se hayan trabajado individualmente para el portfolio.

- **Videoteca** con los “CRAKS” de la innovación: un vídeo por cada persona referente (descripción del perfil competencial, testimonios, resultados, consejos...)

Un/a emprendedor/a por equipo y un equipo coordina la creación del repositorio virtual que puede incluir más casos que se hayan trabajado individualmente para el portfolio.

- Videoteca PITCH demostrativos venta de productos, servicios o iniciativas

Un pitch por equipo y un equipo coordina la creación del repositorio virtual que puede incluir más casos que se hayan trabajado individualmente para el portfolio.

- Elaboración del pitch sobre **habilidades clave para emprender** e innovar.

Un pitch por equipo y un equipo coordina la selección del video representativo del curso que se incorporará al Site/Web de todo el curso

- Site/web innovación y emprendimiento de todo el curso.



- Portfolio individual: Puede incluir herramientas para desarrollar competencias emprendedoras e insignias de cursos digitales complementarios (autodiagnósticos, apps, casos, ejemplos, video resúmenes de bibliografía esencial, etc)

## **Actividades formativas**

Actividades formativas

### **Programa**

#### **MÓDULO 0: COMPETENCIAS BÁSICAS (12 horas)**

**Sesión 1:** Introducción a la asignatura y calendario de entregables finales. Las competencias clave para la empleabilidad.

Organización de la elección de tendencias, empresas y personas con las que trabajará cada equipo y del ámbito que coordinará.

Trabajo en la agenda de invitaciones, testimonios de interés y shadowing.

**Sesión 2:** Identidad y comunicación digital.

**Sesión 3:** Creación y edición de contenidos

**Sesión 4:** Divulgación de contenidos

**Sesión 5:** Gestión de equipos y proyectos digitalmente

**Sesión 6:** KET y programación (chatbots,etc)

#### **MÓDULO 1: VISIÓN DE FUTURO (6 horas)**

**Sesión 7:** Prospectiva y tendencias. Fuentes y elección del scouting a realizar

**Sesión 8:** Innovación abierta y alianzas

**Sesión 9:** Trabajo en el scouting y diseño de laboratorio de tendencias

#### **MÓDULO 2: ORGANIZACIÓN Y EQUIPOS DE INNOVACIÓN (6 horas)**



**Sesión 10:** Equipos de innovación y roles.

**Sesión 11:** Retribución, reconocimiento y sistemas para incentivar la innovación.

**Sesión 12:** Trabajo en la conceptualización del caso práctico de la empresa elegida y en la creación del repositorio virtual

### **MÓDULO 3: PERSONAS INNOVADORAS (6 horas)**

**Sesión 13:** Conductas para innovar.

**Sesión 14:** La mentalidad emprendedora y su desarrollo.

**Sesión 15:** Ventas y persuasión.

### **MÓDULO 4: APLICACIÓN Y DIFUSIÓN (30 horas)**

Por equipos, siendo cuatro equipos responsables de uno de los proyectos grupales (que requieren aportaciones de toda la clase):

- Creación colaborativa **del laboratorio de tendencias** (junto al Innovation Factory y estableciendo alianzas estratégicas con fuentes de prospectiva) y establecimiento del plan de sostenibilidad y difusión.

Una tendencia por equipo y un equipo coordina la creación del laboratorio para generar un informe de referencia.

- Creación de la **multiplataforma de casos prácticos de empresas innovadoras** analizadas (como mínimo vídeos descriptivos y caso práctico con fichas para alumnado y profesorado) y establecimiento del plan de sostenibilidad y difusión.

Una empresa por equipo y un equipo coordina la creación del repositorio virtual que puede incluir más casos que se hayan trabajado individualmente para el portfolio.

- **Videoteca** con los “CRAKS” de la innovación: un vídeo por cada persona referente (descripción del perfil competencial, testimonios, resultados, consejos...) y establecimiento del plan de sostenibilidad y difusión.

Un/a emprendedor/a por equipo y un equipo coordina la creación del repositorio virtual que puede incluir más casos que se hayan trabajado individualmente para el portfolio.

- Plataforma demostrativa de **habilidades para emprender** e innovar y herramientas para desarrollarlas. Pitch para segmento de clientes específico.



Una aportación de cada bloque por equipo y un equipo coordina la creación del repositorio virtual general

## Evaluación

Evaluación:

- **Portfolio individual** de aprendizajes y demostraciones de los mismos: 20% nota final.

- **Proyectos equipos:** Responsabilidad específica del equipo y contribuciones a los equipos responsables de cada ámbito (tendencias, empresas, emprendedores, herramientas) 40% nota final.

- **Valoración entre pares:** 10% nota final

- **Examen** 30% nota final

## Bibliografía y recursos

Bibliografía y recursos.

- El ADN del innovador. Clayton Christensen
- Las 10 caras de la innovación. Tom Kelley [Localízalo en la Biblioteca](#)
- A innovar se aprende innovando. Goñi y Beúnza. [Localízalo en la Biblioteca](#)



Universidad  
de Navarra

## Horarios de atención

Según agenda. solicitud de cita

[mbmijimolle@external.unav.es](mailto:mbmijimolle@external.unav.es)



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Contabilidad de Gestión A (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/contagestioneeconom/>

# **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: Español

Horario de clases: martes de 12 a 14 (Aula 11) y miércoles de 10 a 12 (Aula 11)

## **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.

-

## 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

Hornrgren (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

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

### 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.

Como se explica en detalle en el apartado de evaluación, la asistencia a las clases es totalmente voluntaria. En otras palabras, nadie está obligado a asistir a las clases. Pero si alguien decide venir es



para trabajar. Durante las clases todos los alumnos desconectarán sus teléfonos móviles. El uso de los ordenadores portátiles es más que bien venido para trabajar los casos en excel. Si no es el caso, los ordenadores también sobran.

## Evaluación

### CON CARÁCTER GENERAL

En convocatoria ordinaria los alumnos serán evaluados con carácter general mediante un **Examen Final**. Dicho 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.

Adicionalmente, el profesor realizará una **Evaluación Continua** del alumno durante el curso. El profesor tendrá en cuenta aspectos como (i) Preparación de casos, lecturas y visualización de vídeos (ii) Participación activa (serán especialmente valoradas las aportaciones de los alumnos que permitan conectar los conceptos estudiados en clase con noticias o situaciones reales) (iv) Exámenes parciales (anunciados o no), etc.

Los alumnos podrán obtener hasta un máximo de 5 puntos por participación. Los puntos logrados reducirán el peso del examen final en la nota de la asignatura. Así, si un alumno logra 3 puntos de participación, su examen final será sobre 7 y si obtiene 4 puntos el examen será sobre 6. La **nota final** en la asignatura será la suma de la nota de participación y la nota del examen final, bien entendido que es imprescindible obtener un 40% de los puntos del examen final para superar la asignatura. Por ejemplo:

a) si el alumno saca un 6 sobre 10 en el examen final y su nota de participación fue de 2,5 puntos su nota final será  $(2,5 + 7,5 \cdot 6/10) = 7$ .

b) si el alumno saca un 4 sobre 10 en el examen final y su nota de participación fue de 2 puntos su nota final será  $(2 + 8 \cdot 4/10) = 5,2$ .

c) si el alumno saca un 3,5 sobre 10 en el examen final y su nota de participación fue de 3 puntos su nota final será SUSPENSO por no llegar a una nota de 4 en el examen final.

d) si el alumno saca un 8 sobre 10 en el examen final y su nota de participación fue de 0 puntos su nota final será 8.

Notese que la nota de participación puede mejorar la calificación en la asignatura pero nunca perjudicarla. De esta forma, se fomenta la participación pero se respeta la libertad del alumno en cuanto a la forma de afrontar el estudio de la materia y se evita además que la situación de incertidumbre que vivimos en relación con el COVID-19 interfiera en el sistema de evaluación.

Si algún alumno (por motivos de enfermedad o confinamiento temporal por causa de COVID) no



podiese asistir a alguna clase o no pudiese hacer un examen parcial, no es necesario que presente justificante ya que el sistema prevé que los puntos perdidos se acumulan automáticamente a su examen final. Además, no es necesario ir a todas las clases y participar en todas ellas para lograr los 5 puntos de participación. Lo que se pide es regularidad.

Ahora bien, una correcta evaluación por parte del profesor de la actitud de cada alumno requiere la valoración de las intervenciones del alumno, de las preguntas formuladas durante las discusiones de clase, de las respuestas a eventuales preguntas "sobre la marcha" que el profesor pueda lanzar en el transcurso de las clases para ejemplarizar la aplicación de los conceptos que se estén trabajando, etc. Para que dicha valoración sea viable, es necesario que los alumnos se comprometan a ubicarse en el aula siempre en el mismo sitio. Para ello se elaborará un plano la primera semana de clase. Si los alumnos deciden no sentarse en los lugares establecidos se evaluará la participación únicamente con base en pruebas objetivos por escrito y se reducirá sustancialmente el peso de la participación en la evaluación global para todos.

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

## **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.



**Asignatura: Cristianismo, sociedad y economía (área ciencias sociales)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/cristianismo-sociedad-y-economia-area-ciencias-sociales/>

## **Cristianismo, sociedad y economía (área ciencias sociales)**

Cada tiempo tiene sus retos y el mundo actual globalizado y complejo presenta, entre numerosos aspectos positivos, tensiones políticas, económicas, culturales, etc., que reclaman reflexión, prudencia y luz. La Iglesia Católica ha forjado una reflexión sobre cómo orientar la vida social a partir de la fe, de la razón y de la experiencia que proporciona la convivencia con múltiples formas de organización política y económica a lo largo de más de veinte siglos. ¿No valdría la pena conocer esa mirada ética de primera mano, sin los filtros que a veces incorporan las noticias que nos llegan? Aquí no se trata de presentar una orientación ética de la vida personal, sino de mostrar la mirada de la Iglesia sobre la vida social, sobre la sociedad en su conjunto.

Esa reflexión sobre la sociedad ha dado lugar a lo que suele llamarse “Doctrina Social de la Iglesia” (DSI), e incluye principios éticos para organizar la vida social, criterios para analizarla y orientaciones para la acción social. Quiere contribuir iluminando la conciencia de los cristianos y de todas las personas de buena voluntad a la hora de vivir su compromiso de constructores de una sociedad que sirva más eficazmente al respeto a la dignidad de todo ser humano, tanto en el campo de la política como el de la economía.

La asignatura presenta sintéticamente esa aportación y muestra ejemplos reales de cómo ponerla en práctica. Aparecerán las respuestas de la Iglesia a preguntas como estas: ¿qué criterios éticos deberían orientar la vida social?; ¿qué orientación moral necesita la democracia?; ¿cuáles son los límites del poder civil?; ¿qué decir en este tiempo de la violencia, las migraciones actuales o la globalización?; ¿qué valoración moral merecen el mercado y el capitalismo?; ¿cuáles son las razones de tales valoraciones?; ¿se puede llevar a la práctica la Doctrina Social de la Iglesia?

### **Grados de la Facultad de Económicas**

- **Carácter:** Optativa.



- **ECTS:** 3.
- **Curso y semestre:** 3er curso; 2º semestre.
- **Idioma:** Español.
- **Título:** Grado en ADE; Doble Grado ADE + Derecho; Grado en Economía. Esta asignatura forma parte del [Core Curriculum de la Universidad de Navarra](#).
- **Módulo y materia de la asignatura:** Módulo: Contexto humanístico; Materia: Core Curriculum.
- **Profesor responsable de la asignatura:** Ion Egúzquiza Mutiloa, Gerente del Museo Universidad de Navarra.
- **Horario:** jueves, de 12 a 14 h.
- **Aula:** Aula 03, Edificio Amigos.

## Grados de la Facultad de Educación y Psicología

- **Carácter:** Optativa.
- **ECTS:** 3.
- **Curso y semestre:** 3er curso. 2º semestre.
- **Idioma:** Español.
- **Título:** Grado en Pedagogía; Grado en Psicología; Grados en Magisterio (EI y EP); Dobles Grados Pedagogía + Magisterio (EI y EP). Esta asignatura forma parte del [Core Curriculum de la Universidad de Navarra](#).
- **Módulo y materia de la asignatura:** Magisterio Infantil y Primaria: Módulo: Formación Básica; Materia: Formación humana y valores profesionales. Pedagogía: Fundamentos Pedagógicos; Materia: Formación humana y valores profesionales. Psicología: Módulo: Fundamentos de la Psicología. Materia: Formación transversal.
- **Profesor responsable de la asignatura:** Ion Egúzquiza Mutiloa, Gerente del Museo Universidad de Navarra.
- **Horario:** jueves, de 12 a 14 h.
- **Aula:** Aula 03, Edificio Amigos.

## Grados de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura

- **Carácter:** Optativa.
- **ECTS:** 3.
- **Curso y semestre:** 3er curso. 2º semestre.
- **Idioma:** Español.
- **Título:** Grado en Estudios de Arquitectura; Grado en Diseño. Esta asignatura forma parte del [Core Curriculum de la Universidad de Navarra](#).
- **Módulo y materia de la asignatura:** Arquitectura: Módulo 3: Proyectual; Materia 4: Core Currículum. Diseño: Módulo 1: Cultura del Diseño; Materia 3: Core Currículum.
- **Profesor responsable de la asignatura:** Ion Egúzquiza Mutiloa, Gerente del Museo Universidad de Navarra.
- **Horario:** jueves, de 12 a 14 h.



- **Aula:** Aula 03, Edificio Amigos.

## **Competencias**

### **Competencias del Grado en ADE y del Grado en Economía**

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

CG7 - Conocer los diferentes entornos en los que desarrolla su trabajo: la coyuntura, los mercados, el contexto histórico, legal o humanístico.

CT1 - Afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la empresa en su conexión con el resto de los saberes.

CT2 - Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal razonada frente a ellas.

CT3 - Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la economía y la empresa.

### **Competencias del Grado en Psicología**

CG1 - Analizar mensajes, ideas y teorías, y relacionarlos con conocimientos previos sobre la cuestión.

CG3 - Enfocar los problemas personales y sociales con espíritu crítico.

CG4 - Reconocer y respetar la diversidad cultural, étnica, religiosa, etc., como parte de la dignidad humana; evitando prejuicios y discriminaciones.

CG5 - Establecer relaciones interpersonales satisfactorias con iniciativa, actitud de escucha y compromiso ético.

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.

CE11 - Conocer las características de la familia, la sociedad y la educación como ámbitos en los que se desarrolla la actividad humana.

### **Competencias del Grado en Magisterio**

#### *Educación Primaria*

CG1 - Haber adquirido los conocimientos procedentes de las distintas ciencias de la educación mediante los procedimientos de análisis y síntesis para comprender su campo profesional e innovar.

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.

CE35 - Valorar la relevancia de las instituciones públicas y privadas para la convivencia pacífica entre los pueblos.



CE36 - Conocer el hecho religioso a lo largo de la historia y su relación con la cultura.

CG5 - Haber adquirido un sentido de responsabilidad y de compromiso éticos necesarios para el ejercicio de la profesión como se manifiesta en el afán de una formación continua reforzando valores sociales como la igualdad, la diversidad y el trabajo en equipo.

### *Educación Infantil*

CG2 - Ser capaz de aplicar los conocimientos adquiridos y de resolver problemas teóricos y prácticos de la realidad educativa.

CG5 - Haber adquirido un sentido de responsabilidad y de compromiso éticos necesarios para el ejercicio de la profesión como se manifiesta en el afán de una formación continua reforzando valores sociales como la igualdad, la diversidad y el trabajo en equipo.

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.

CE13 - Analizar e incorporar de forma crítica las cuestiones más relevantes de la sociedad actual que afectan a la educación familiar y escolar: impacto social y educativo de los lenguajes audiovisuales y de las pantallas; cambios en las relaciones de género e intergeneracionales; multiculturalidad e interculturalidad; discriminación e inclusión social y desarrollo sostenible.

CE28 - Participar en la elaboración y seguimiento de proyectos educativos de educación infantil en el marco de proyectos de centro y en colaboración con el territorio y con otros profesionales y agentes sociales.

### **Competencias del Grado en Pedagogía**

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.

CG3 - Que los estudiantes tengan capacidad de recopilar e interpretar datos e informaciones sobre los que fundamentar sus conclusiones incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, la reflexión sobre asuntos de índole social, científica o ética en el ámbito de la Pedagogía.

CE6 - Conocer las bases del desarrollo humano (teóricas, evolutivas y socioculturales).

CE29 - Asesorar sobre el uso pedagógico e integración curricular de los medios didácticos.

CE37 - Identificar necesidades, situaciones y problemas que demandan la adopción de modos de intervención educativa y psicopedagógica.

CE41 - Desempeñar el liderazgo educativo y promover procesos de innovación en los ámbitos formal y no formal.



### **Competencias del Grado en Estudios de Arquitectura**

CEOP1 - Conocer grandes obras de la literatura, del arte, de la ciencia y, en general, del pensamiento humano.

CEOP2 - Conocer los aspectos básicos del cristianismo y su relación con la cultura y el pensamiento actual.

CEOP3 - Argumentar correctamente, el propio punto de vista sobre cuestiones transversales a los diferentes grados como la ecología, la ciudadanía, la familia, la paz, el sufrimiento, las desigualdades sociales, la racionalidad del mundo, o el respeto a la diferencia.

CB03 - 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.

CT01 - Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en su conexión con el resto de los saberes.

CT02 - Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal razonada frente a ellas.

CT03 - Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina.

### **Competencias del Grado en Diseño/Design**

COP1 - Conocer grandes obras de la literatura, del arte, de la ciencia y, en general, del pensamiento humano.

COP2 - Conocer los aspectos básicos del cristianismo y su relación con la cultura y el pensamiento actual.

COP3 - Argumentar correctamente, el propio punto de vista sobre cuestiones transversales a los diferentes grados como la ecología, la ciudadanía, la familia, la paz, el sufrimiento, las desigualdades sociales, la racionalidad del mundo, o el respeto a la diferencia.

CB03 - Reunir e interpretar los datos relevantes del área de estudio para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CT01 - Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en su conexión con el resto de los saberes.

CT02 - Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal razonada frente a ellas.

CT03 - Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina.

CE21 - Analizar y reflexionar sobre los componentes de la personalidad humana (biológico, afectivo, psíquico, espiritual) y su relación con el diseño creativo.

CE22 - Analizar la importancia que las relaciones humanas, los entornos profesionales y los valores éticos tienen en el mundo del diseño.





CE23 - Conocer los elementos configuradores de la sociedad actual que interactúan en el campo del diseño.

## **Programa**

1.- La aportación de la Iglesia a la sociedad. Fe cristiana y compromiso social: constantes históricas y situación actual. ¿Por qué la Iglesia interviene en cuestiones sociales?: la virtud de la justicia y su relevancia en el comportamiento moral.

### PARTE I

2.- La Doctrina Social de la Iglesia. Definición. Naturaleza: su carácter teológico. Relación con otras ciencias sociales. DSI y conciencia cristiana. Breve reseña histórica de los documentos magisteriales más representativos de la DSI.

3.- Los contenidos de la DSI. Los principios generales. Los criterios de juicio: la necesidad de la luz de los principios y el competente conocimiento de la realidad. El sentido de las orientaciones: identidad cristiana y pluralismo.

### PARTE II

4.- Visión de la DSI sobre la comunidad política. Persona, sociedad y estado: orden de prioridades. Origen y límites del poder civil. Legalidad y moralidad: la objeción de conciencia. La participación en la vida política como deber moral. Democracia y valores morales.

5.- El bien común como fin de la comunidad política. Definición y contenido del bien común. El bien común como fuente de derechos y deberes en la convivencia social. La llamada "justicia social". Bien común y familia.

6.- La comunidad internacional. Interdependencia y solidaridad en la actualidad. El valor de la paz y su relación con la justicia: valoración moral del fenómeno de la violencia. La ayuda al desarrollo.

### PARTE III

7.- El trabajo en la visión de la DSI. El trabajo como vocación divina. El trabajo, un deber-derecho. Dimensión objetiva y subjetiva del trabajo. Algunos principios morales derivados de la visión cristiana del trabajo. El salario justo.

8.- Economía y moral. La relación entre moral y economía. Principios de la Doctrina Social de la Iglesia en el campo económico: el destino universal de los bienes y sus implicaciones morales.

9.- La economía de libre mercado. La función del mercado y sus límites. Importancia y función del beneficio empresarial. Función social de la propiedad y responsabilidad de la empresa. El problema del consumismo.

## **Actividades formativas**

### **A. Clases teóricas**



Se impartirán 26 horas de clases teóricas presenciales. Si fuera necesario, en el Área interna de la asignatura se habilitará el acceso remoto (Zoom) a las clases. En las horas de clase presenciales, el profesor se detendrá en aquellas cuestiones del temario que le parezcan más relevante o que requieran una mayor profundización. Para garantizar que todos los alumnos tienen acceso al contenido teórico completo, en la carpeta "Materiales" del Área interna se irán colgando los apuntes de cada tema.

## **B. Ejercicios prácticos**

A lo largo del curso se realizarán un mínimo de tres ejercicios prácticos. Siempre que sea posible, estos ejercicios se realizarán en clase. Si el alumno no puede realizar uno de estos ejercicios por no haber asistido a clase, deberá justificar debidamente la no asistencia para poder recuperar la práctica. Además, se valora la participación.

## **C. Prueba de lectura**

Los alumnos deberán realizar una prueba de lectura sobre la encíclica *Laudato si'*, del Papa Francisco, más concretamente, sobre los capítulos 2 y 6. Esta prueba tendrá lugar el 10 de marzo, durante la clase de ese día.

## **Evaluación**

**La nota de la asignatura se conformará de la siguiente manera:**

- a) 20 %: resolución de casos prácticos, preguntas escritas y comentarios de texto que se realizarán, preferentemente, en clase. Además, se valora la participación.
- b) 20 %: prueba de lectura sobre los capítulos 2 y 6 de la encíclica *Laudato si'*, del Papa Francisco (2015), sobre la ecología (ver apartado "Actividades formativas").
- c) 60 %: examen final. Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar un 25 % en este apartado.

## **Fecha del examen convocatoria ordinaria**

Lunes 2 de mayo de 2022, a las 16:00 h., aula 08 (Edificio Amigos). Duración: 2 horas.

## **Fecha del examen convocatoria extraordinaria**

Lunes 13 de junio de 2022, a las 16:00 h.

## **Bibliografía y recursos**

### **Sobre el temario**

Pontificio Consejo «Justicia y Paz», Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia, BAC-Planeta, Madrid 2005. [Localízalo en la Biblioteca](#)

E. Colom, Curso de Doctrina Social de la Iglesia, Palabra, Madrid 2001. [Localízalo](#)



[en la Biblioteca](#)

G. Guitián, Negocios y moral. El dilema del camello y la aguja, EUNSA (Colección Persona y Cultura), Pamplona 2011 (especialmente para la parte dedicada a la economía). [Localízalo en la Biblioteca](#) [Localízalo en la Biblioteca](#)

Francisco, Encíclica «Laudato si'», 24-V-2015 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Benedicto XVI, Encíclica «Caritas in veritate», 29-VI-2009 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Juan Pablo II, Encíclica «Laborem Exercens», 14-IX-1981, en AAS 73 (1981) 577-647 [Localízalo en la Biblioteca](#)

—, Encíclica «Sollicitudo rei socialis», 30-XII-1987, en AAS 80 (1988) 513-586 [Localízalo en la Biblioteca](#)

—, Encíclica «Centesimus annus», 1-V-1991, en AAS 83 (1991) 793-867 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Concilio Vaticano II, Constitución Pastoral «Gaudium et spes», 7-XII-1965, en AAS 58 (1966) 1025-1115 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Pablo VI, Encíclica «Populorum progressio», 26-III-1967, en AAS 59 (1967), 257-299 [Localízalo en la Biblioteca](#)

—, Carta «Octogesima adveniens», 14-V-1971, en AAS 63 (1971), 403-441 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Juan XXIII, Encíclica «Mater et Magistra», 15-V-1961, en AAS 53 (1961), 401-464 [Localízalo en la Biblioteca](#)

—, Encíclica «Pacem in terris», 11-IV-1963, en AAS 55 (1963), 257-304 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Pío XII, Radiomensaje «La solennità», 1-VI-1941, en DER 3, 107-119

Pío XI, Encíclica «Quadragesimo anno», 15-V-1931, en AAS 23 (1931), 145-150 [Localízalo en la Biblioteca](#)

León XIII, Encíclica «Diuturnum illud», 29-VI-1881, en AAS 12 (1881-1882), 4-14 [Localízalo en la Biblioteca](#)

—, Encíclica «Inmortale Dei», 1-XI-1885, en AAS 18 (1885), 161-180 [Localízalo en la Biblioteca](#)

—, Encíclica «Rerum Novarum», 15-V-1891, en AAS 23 (1890-1891), 641-670 [Localízalo en la Biblioteca](#)

**Otros documentos**



Universidad  
de Navarra

Congregación para la Educación Católica, Orientaciones para el estudio y enseñanza de la Doctrina social de la Iglesia, 30-XII-1988 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Congregación para la Doctrina de la Fe, Instrucción «Libertatis conscientia», sobre libertad cristiana y liberación, 22-III-1986.

Conferencia Episcopal Española, Instrucción «La verdad os hará libres», 20-XI-1990  
[Localízalo en la Biblioteca](#)

#### **Páginas web**

[w2.vatican.va/content/vatican/it.html](http://w2.vatican.va/content/vatican/it.html). Página web del Vaticano (para documentos).

[www.vanthuanobservatory.org/esp/](http://www.vanthuanobservatory.org/esp/). Observatorio Cardenal Van Thuan sobre Doctrina Social de la Iglesia.

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

#### **Horarios de atención**

Se aconseja ponerse previamente en contacto con el profesor para concretar cita, escribiendo a [ieguzkiza@unav.es](mailto:ieguzkiza@unav.es).



**Asignatura: Great Books: Friendship, Ethics and Politics**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación

# Great Books: Friendship, Ethics, and Politics

---

In this course we will think about different kinds of friendship – personal, moral, and civic – and explore the meaning of friendship both for human happiness and for the community. Ancient thinkers thought highly of friendship; they understood friendship to belong to the good life and to contribute to political harmony. Cicero considered the practice of politics to be unbearable without friends. In the early modern period, friendship came to be understood as an exclusively private relationship; friendship was best practiced outside of politics. However, the notion of civic friendship does not disappear entirely from the literature. In the nineteenth century, Tocqueville wrote about the importance of civic friendship for liberty and for the well-being of democracies. Moreover, many struggles in the twentieth century, such as the fight against communism in Poland and the fight against apartheid in South Africa, can be understood through the lens of civic friendship. In this course, we will explore the meaning of friendship, both for private and political relationships.

- **Carácter:** (Básica, Obligatoria, Optativa, Prácticas externas, TFG/TFM)
- **ECTS:** 3
- **Curso y semestre:** 3º (primer semestre)
- **Idioma:** English
- **Módulo y materia de la asignatura:**
  - Grados de la Facultad de Económicas: Módulo III. Economía y su contexto humanístico; Materia 2. Pensamiento Humanístico.
  - Grado de Gestión Aplicada: Módulo 4. Formación personal y social. Materia 4.2: Claves de la cultura actual.
  - Arquitectura: Módulo 3: Proyectual; Materia 4: Core Currículum; Diseño: Módulo 1: Cultura del Diseño; Materia 3: Core Currículum
  - Grados de las Facultad de Educación y Psicología:
    - Módulo: Formación Básica (Grado en Educación Infantil / Grado en Educación Primaria). Fundamentos Pedagógicos (Grado en Pedagogía); Materia: Formación humana y valores profesionales
    - Psicología- Módulo: Fundamentos de Psicología; Materia: Formación Transversal
- **Profesor responsable de la asignatura:** Emma Cohen de Lara / [ecohend@external.unav.es](mailto:ecohend@external.unav.es) / office 2171 Ismael Sanchez Bella.
- **Horario:** Jueves, 12 a 2.
- **Aula:** Aula 31, Edificio Central

## Competencias



## **Economía**

### **Competencias transversales:**

CT1 Afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la economía en su conexión con el resto de los saberes.

CT2 Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal razonada frente a ellas.

CT3 Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la economía.

### **Competencias básicas**

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**

CG5. Desarrollar la capacidad de razonamiento autónomo y crítico en temas relevantes para lo económico y empresarial.

CG7. Conocer los diferentes entornos en los que desarrolla su trabajo: la coyuntura, los mercados, el contexto histórico, legal o humanístico.

### **ISSA:**

#### COMPETENCIAS

#### BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Desarrollar una actitud reflexiva y crítica que permita identificar supuestos y evaluar situaciones en términos de evidencia, con un punto de vista creativo, constructivo y orientado a la resolución de problemas empleando los métodos apropiados dentro del ámbito de las organizaciones

CG7 - Capacidad de relacionarse y trabajar en entornos multiculturales y contextos internacionales.

CG9 - Adaptarse a las nuevas situaciones organizativas generadas como consecuencia de los cambios internos y externos en un entorno global y una economía basada en el conocimiento y la innovación.

CG10 - Promover los valores sociales propios de una cultura de paz que promueva la convivencia democrática, el respeto de los Derechos humanos y de principios fundamentales como la igualdad y la no discriminación.

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



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

## 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE16 - Facilitar y coordinar el trabajo y la cooperación interfuncional; actuar como puente de comunicación entre distintas redes de trabajo interrelacionadas impulsando la motivación y el compromiso con los objetivos de la empresa.

### a) Grado de Magisterio Educación Infantil

#### • Básicas y generales

- Haber adquirido un sentido de responsabilidad y de compromiso éticos necesarios para el ejercicio de la profesión como se manifiesta en el afán de una formación continua reforzando valores sociales como la igualdad, la diversidad y el trabajo en equipo.
- 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.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

#### • Específicas

- Adquirir conocimientos sobre la evolución del pensamiento, las costumbres, las creencias y los movimientos sociales y políticos a lo largo de la historia.

### b) Grado de Magisterio Educación Primaria

#### • Básicas y generales

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

#### • Específicas

- Comprender los principios básicos de las ciencias sociales.
- Integrar el estudio histórico y geográfico desde una orientación instructiva y cultural.
- Valorar la relevancia de las instituciones públicas y privadas para la



convivencia pacífica entre los pueblos.

- Conocer el hecho religioso a lo largo de la historia y su relación con la cultura.

### **c) Grado de Pedagogía**

#### **• Básicas y generales**

- Que los estudiantes tengan capacidad de recopilar e interpretar datos e informaciones sobre los que fundamentar sus conclusiones incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, la reflexión sobre asuntos de índole social, científica o ética en el ámbito de la Pedagogía.
- 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.
- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

#### **• Específicas**

- Conocer las bases del desarrollo humano (teóricas, evolutivas y socioculturales).

### **c) Grado de Psicología:**

CG1 - Analizar mensajes, ideas y teorías, y relacionarlos con conocimientos previos sobre la cuestión

CG3 - Enfocar los problemas personales y sociales con espíritu crítico

CG4 - Reconocer y respetar la diversidad cultural, étnica, religiosa, etc., como parte de la dignidad humana; evitando prejuicios y discriminaciones

CG5 - Establecer relaciones interpersonales satisfactorias con iniciativa, actitud de escucha y





compromiso ético

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

CE11 - Conocer las características de la familia, la sociedad y la educación como ámbitos en los que se desarrolla la actividad humana.

#### **GRADO DE ARQUITECTURA:**

**CEOP1 Conocer grandes obras de la literatura, del arte, de la ciencia y, en general, del pensamiento humano.**

**CEOP2 Conocer los aspectos básicos del cristianismo y su relación con la cultura y el pensamiento actual.**

**CEOP3 Argumentar correctamente, el propio punto de vista sobre cuestiones transversales a los diferentes grados como la ecología, la ciudadanía, la familia, la paz, el sufrimiento, las desigualdades sociales, la racionalidad del mundo, o el respeto a la diferencia.**

#### **Básicas y transversales:**

**CB03 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.**

**CT01 Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en su conexión con el resto de los saberes.**

**CT02 Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal razonada frente a ellas.**

**CT03 Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina.**



**Específicas:**

**CE64** Analizar y reflexionar sobre los componentes de la personalidad humana (biológico, afectivo, psíquico, espiritual) y su relación con la arquitectura.

**CE65** Analizar la importancia que las relaciones humanas, los entornos profesionales y los valores éticos tienen en el mundo de la arquitectura.

**CE66** Conocer los elementos configuradores de la sociedad actual que interactúan en el campo de la arquitectura.

**GRADO DE DISEÑO:**

**COP1** Conocer grandes obras de la literatura, del arte, de la ciencia y, en general, del pensamiento humano.

**COP2** Conocer los aspectos básicos del cristianismo y su relación con la cultura y el pensamiento actual.

**COP3** Argumentar correctamente, el propio punto de vista sobre cuestiones transversales a los diferentes grados como la ecología, la ciudadanía, la familia, la paz, el sufrimiento, las desigualdades sociales, la racionalidad del mundo, o el respeto a la diferencia.

**Básicas y transversales:**

**CB03** Reunir e interpretar los datos relevantes del área de estudio para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

**CT01** Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en su conexión con el resto de los saberes.

**CT02** Identificar las cuestiones más relevantes de la existencia humana presentes en las grandes creaciones religiosas, humanísticas y científicas y adoptar una postura personal



razonada frente a ellas.

**CT03 Descubrir y enjuiciar los presupuestos antropológicos y las repercusiones éticas de la propia disciplina.**

**Específicas:**

**CE21 Analizar y reflexionar sobre los componentes de la personalidad humana (biológico, afectivo, psíquico, espiritual) y su relación con el diseño creativo.**

**CE22 Analizar la importancia que las relaciones humanas, los entornos profesionales y los valores éticos tienen en el mundo del diseño.**

**CE23 Conocer los elementos configuradores de la sociedad actual que interactúan en el campo del diseño.**

## **Programa**

Plato, *Lysis* [one week] – What is friendship?

Aristotle, *Nicomachean Ethics* VIII-IX [one week] – What are the different kinds of friendship? What is the connection between friendship and virtue?

Cicero, *On Friendship* [one week] – What is the relationship between friendship and politics?

Aquinas, *On Kingship* [one week] – How can a political community be based on civic friendship? What kind of rule promotes civic friendship?

Montaigne, *Of Friendship* [one week] – Friendship and intimacy; is friendship only private?

C.S. Lewis, *The Four Loves* [two weeks] – Friendship and affection; friendship and shared activities; what is good friendship? How does friendship relate to romantic love? How does friendship relate to charity?

Tocqueville, *Democracy in America*, II.1-8 and IV.1-7 [two weeks] – The return of the civic dimension of friendship; civil society and the 'habits of the heart'; what is the relationship between civic friendship and liberty?

Leszek Kolakowski, *Theses on Hope and Despair* [one week] – The communist state and repression of civil society; is civic friendship a threat to power?

Alan Paton, *Cry, the Beloved Country* [two weeks] – Civic friendship and race relations; what are the conditions for civic friendship?



## **Actividades formativas**

- **Reading the texts.** The syllabus includes the selection of readings and the themes or topics for the day. Make sure to do the reading in advance of class.
- **Questions.** For each class, the professor will post a discussion question on ADI. You are expected to respond to the discussion question and/or post a different discussion question or question for clarification about the reading.
- **Discussing the texts in class.** The course is meant to provide an open space for dialogue between peers, professor, and the texts. This is meant to be a dialogue in the spirit of friendship and curiosity. We will practice developing reflective and well-articulated arguments in class.
- **Essays.** Each student will write two shorter essays (~1000 words each) and one longer essay (~2000 words) for the course. For the shorter essays, the questions will be made available on ADI. For the longer essay, the professor will meet with each student individually to talk about the topic.

## **Evaluación**

Discussion questions and class participation*	30%
First essay**	20%
Second essay	20%
Third essay	30%

Final grade 100%

\* Discussion questions and class participation will be graded as follows: you are expected to respond at least eight times to the discussion question for that day, with relevant remarks or observations or questions. Also, you are expected to participate in class with relevant remarks or observations or questions. This need not be every class, but try to participate at least every other class. Points are deducted if you respond less than eight times to the discussion question, if you miss classes, and/or if participate very little in class.

\*\* Grading guidelines will be made available on ADI.

## **Bibliografía y recursos**

Plato, *Lysis* – Biblioteca central. Deposito 2 LEG 142.593, or e-file [Localízalo en la Biblioteca](#) [Localízalo en la Biblioteca](#)

Aristotle, *Nicomachean Ethics* – translated by D. Ross. Available as e-file at library [Localízalo en la Biblioteca](#)

Cicero, *On Friendship* – in J.G.F. Powell, Cicero. *On Friendship & The Dream of Scipio*. Cambridge: Cambridge University Press. Available as e-file at library [Localízalo en la Biblioteca](#)



Universidad  
de Navarra

Aquinas, *On Kingship* – in Aquinas, *Political Writings*. Ed. R.W.Dyson. Cambridge: Cambridge University Press. Available as e-file at the library [Localízalo en la Biblioteca](#)

Montaigne, *Of Friendship* – e-file available at the library [Localízalo en la Biblioteca](#)

Lewis, *The Four Loves* – Biblioteca Central, Planta 5, A 082.712 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Tocqueville, *Democracy in America, Vol. II* – Biblioteca Central, Deposito 2, LEG 204.531 [Localízalo en la Biblioteca](#)

Leszek Kolakowski, *Theses on Hope and Despair* –  
[https://storage.osaarchivum.org/low/23/52/2352ec23-187b-40d7-972c-b2806a30a2e2\\_1.pdf](https://storage.osaarchivum.org/low/23/52/2352ec23-187b-40d7-972c-b2806a30a2e2_1.pdf)

Paton, *Cry, the Beloved Country* – Biblioteca Central, Planta 2, H 049.251  
[Localízalo en la Biblioteca](#)

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

## **Horarios de atención**

Horarios de atención

Martes 11:00-12:00

Jueves 09:00-11:00

Ismael Sanchez Bella, oficina 2171



**Asignatura: Corporate Governance (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Introduction

- **Course description:**

This course intends to explore the role of corporate governance in the effective functioning of corporations. It will discuss the role of different actors in the economy: board members, managers, independent auditors and institutional investors. The discussion should be of interest to students who will play any of these roles in their future careers. The course will focus on the mechanisms that firms use to achieve goal congruence at the top level of the organization. It integrates the key dimensions of corporate governance. Students in this course will learn to analyze important institutional features of the corporate governance system, such as the composition of the board of directors; its main operations, roles and characteristics; the design of the board committees, the impact of shareholder activism, among others. Although the approach will be eminently practical, we will use a theoretical framework based on scientific research. After successfully finishing the course, a student should be able to (i) make practical decisions about corporate governance in a business setting, (ii) understand the debates and controversies around appropriate choices for corporate governance, (iii) critically evaluate the potential implications of corporate governance choices.

- **Type:** Elective subject (Asignatura Optativa)
- **ECTS:** 6
- **Year:** 3rd and 4th year
- **Semestre:** Second Semester
- **Modules:** ECON: module "VI. Electives" ; materia "VI.1. Electives". ADE: module "VII. Electives" ; materia "VII.1. Electives"
- **Instructor:** Dulce Redín Goñi (dredin@unav.es)
- **Course Schedule and Rooms:**
  - **Aula:** TBA

## **Corporate Governance**

- **Course description:**

This course intends to explore the role of corporate governance in the effective functioning of corporations. It will discuss the role of different actors in the economy: board members, managers, independent auditors and institutional investors. The



discussion should be of interest to students who will play any of these roles in their future careers. The course will focus on the mechanisms that firms use to achieve goal congruence at the top level of the organization. It integrates the key dimensions of corporate governance. Students in this course will learn to analyze important institutional features of the corporate governance system, such as the composition of the board of directors; its main operations, roles and characteristics; the design of the board committees, the impact of shareholder activism, among others. Although the approach will be eminently practical, we will use a theoretical framework based on scientific research. After successfully finishing the course, a student should be able to (i) make practical decisions about corporate governance in a business setting, (ii) understand the debates and controversies around appropriate choices for corporate governance, (iii) critically evaluate the potential implications of corporate governance choices.

- **Type:** Elective subject (Asignatura Optativa)
- **ECTS:** 6
- **Years:** 3rd and 4th
- **Semestre:** Second Semester
- **Module:** ECON: module "VI. Electives" ; materia "VI.1. Electives". ADE: module "VII. Electives" ; materia "VII.1. Electives"
- **Instructor:** Dulce Redín Goñi (dredin@unav.es)
- **Course schedule:**
  - Monday 10:00-12:00, room 03, Amigos Building
  - Friday 10:00-12:00, room 11, FCOM

## **Competences**

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

BC4. Students can transmit information, ideas, problems and solutions to both a specialized and non-specialized audience.

BC5. Students should have developed the learning skills necessary to undertake higher programs of study with greater independence.

### **General Competencies (Management and Economics)**



GC2. Identifying, incorporating and using acquired knowledge in argument, discussion and problem solving as they apply to economics and business.

GC5. Developing the capacity for independent critical thought on matters relevant to economics and business.

### **Specific Competencies (Economics)**

CE02: Know more specialized areas within economic theory that can be applied to important issues for society such as health, sport, development, etc.

CE06: Know and / or deepen practical aspects of the company, such as, the creation, administration, valuation of companies, etc.

### **Specific Competencies (Management)**

CEO9: Know more about financial techniques and / or practices.

CEO10: Know in a more advanced way theoretical-practical aspects of the company, such as administration and decision-making.

### **Assessment**

The grade will be calculated as follows:

Class participation and individual activities	20%
Group projects and presentations	40%
Final exam	40%

### **Class participation and individual activities**

Class participation will be evaluated individually. Both quantity and quality of participation count. Students will have to submit several individual activities along the semester.

### **Group projects and presentations**

Students will be assigned a group. Every week, each group will have to submit a project (ppt/pdf doc) on the corporate governance of a different company. Each week two groups will present their projects in class.





## Final exam

The final exam of the course will be comprehensive. The exam will be on the morning of May 5th.

## Bibliography and resources

### Bibliography

- Nueno, P. 2016, The 2020 Board. The Future of Company Boards, LID Publishing
- Canals, J. 2010, Building Respected Companies, Cambridge University Press
- Navarro-Rubio, J.M.; Tapiés, J. 2012, Génesis del Consejo, LID Editorial
- Daems, H. 2019, Insights from the Boardroom, Lamnoo Campus
- Charan, R. 2005, Boards that Deliver, Jossey Bass
- Larcker, D.; Tayan, B. 2016, Corporate Governance Matters, Pearson Education
- Monks, R.A.G.; Minow, N. 2008, Corporate Governance, John Wiley and Sons
- Tricker, B. 2019, Corporate Governance. Principles, Policies and Practices, Oxford University Press
- CNMV [Good Governance Code of Listed Companies](#)
- Business Roundtable, [Principles of Corporate Governance](#)

### Recommended websites

- The Harvard Law School Forum on Corporate Governance and Financial Regulation. <http://blogs.law.harvard.edu/corpgov/>
- Stanford University Rock Center for Corporate Governance. <https://rockcenter.law.stanford.edu/>
- The European Corporate Governance Institute. <http://www.ecgi.org/>

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

### Office hours

TBA

Please send an email to [dredin@unav.es](mailto:dredin@unav.es) to make an appointment in advance.



**Asignatura: Base de Datos II\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/database-ii20-f-economicas/>

## **Base de Datos II\_20 (F. Económicas)**

---

**Breve descripción de la asignatura:** En esta asignatura se ampliarán los conocimientos adquiridos en la asignatura de Bases de Datos I que se ha impartido durante el primer semestre del curso. Se aprenderá la técnica de normalización para el diseño de bases de datos y se estudiarán aspectos más técnicos como la arquitectura de sistemas, el almacenamiento de datos y el procesamiento de consultas. Además, se realizarán prácticas con un SGBD comercial sobre una base de datos con múltiples tablas.

**Carácter:** Obligatoria para alumnos de 2º Ab+DA y 2º Eb+DA

**ECTS:** 3 (75 horas aprox. de trabajo)

**Curso:** 2º

**Semestre:** 2º

**Idioma:** Castellano

**Títulos:** Ab+DA; Eb+DA

**Módulo y materia de la asignatura:** VII. Optativas / VII.2. Optativas Específicas

**Requisitos (asignaturas o materias cuyo conocimiento se presupone):** Bases de Datos I

**Profesor responsable de la asignatura:** María Castillo Latorre (mclatorre@unav.es)

**Horario de clases y aula:**

- Martes, de 12:00 a 14:00, sala de informática S560 (sótano - edificio Amigos)

## **Competencias**

**Competencias Específicas del programa Data Analytics:**



**CEOP1:** Acceder y gestionar datos masivos.

**CEOP2:** Conocer lenguajes de programación que puedan ser utilizados para resolver problemas de economía y/o empresa.

**CEOP3:** Trabajar con elementos visuales que ayuden a interpretar y entender conceptos y elementos complejos de problemas económicos y/o empresariales.

**CEOP4:** Identificar patrones y tendencias y extraer información útil que involucren datos masivos en el área de la economía y/o la empresa.

**CEOP5:** Comunicar de manera eficiente los resultados a una audiencia profesional en las áreas de economía y/o empresa.

## **Programa**

**Hasta el inicio de las clases del segundo semestre, los contenidos de este programa podrían ser modificados.**

**Se presupone que el alumno ha cursado la asignatura de Bases de Datos I en el primer semestre.**

### **1- Diseño de Bases de Datos Relacionales**

- Dependencias funcionales y descomposición
- Formas Normales: Forma Normal Boyce-Codd
- Proceso general del diseño de Bases de Datos

### **2- Almacenamiento de datos y procesamiento de consultas**

- Conceptos básicos: índices ordenados y accesos multiclave
- Medidas del coste de una consulta: selección, ordenación, reunión, evaluación de expresiones

### **3- Arquitectura de los Sistemas de Bases de Datos**

- Nociones de arquitecturas centralizadas y cliente-servidor
- Fundamentos de sistemas distribuidos

### **4- SQL (Prácticas en un SGBD con varias tablas)**



- Consultas anidadas
- Consultas complejas
- Modificación de la Bases de Datos
- Reunión de relaciones

## **Actividades formativas**

La asignatura incluirá diferentes actividades presenciales y no presenciales.

### Actividades presenciales:

1. Clases teórico-prácticas: 12 horas

Se explicarán los conceptos teóricos sobre el diseño de bases de datos con técnicas de normalización y se realizarán ejercicios. Además, se estudiarán aspectos más técnicos de las bases de datos que tienen que ver con el almacenamiento de datos, el procesamiento de consultas y arquitectura de sistemas. El alumno podrá complementar estas explicaciones consultando la bibliografía recomendada u otros recursos.

2. Clases prácticas con ordenador: 10 horas. Se realizarán cinco sesiones prácticas con ordenador para aprender el manejo de un SGBD y aprender las sentencias básicas de SQL.

3. Prueba práctica con ordenador, pruebas de seguimiento sin previo aviso y examen final: 6 horas. La fecha del examen final es fijada por la Facultad.

*Total actividades presenciales: 28 horas*

### Actividades no presenciales:

1. Resolución personal de problemas: 12 horas. El alumno dispondrá de hojas de ejercicios para resolver y así afianzar los conocimientos que se deben adquirir en la asignatura.

2. Estudio personal: 35 horas. El número de horas de estudio personal puede ser mayor o menor en función del nivel de asimilación del alumno.

*Total actividades no presenciales: 47 horas*

Se recomienda asistir a **todas** las clases para seguir convenientemente el programa de la asignatura y estar preparado para todas las pruebas que se realizarán a lo largo del semestre. La profesora de la asignatura estará disponible para resolver las dudas que vayan surgiendo tal y como se describe en la sección *Horarios de atención* de la guía docente.

## **Evaluación**

\* La transmisión del valor de la honestidad académica forma parte de la educación de nuestros estudiantes.



Las medidas correctoras y sancionadoras que podrían afectar a la evaluación de la asignatura se incluyen en la [Normativa de la Universidad sobre Disciplina Académica](#) y en el [Resumen sobre la Política de Honradez](#).

La nota final de la asignatura será un promedio ponderado con los siguientes porcentajes:

## **Convocatoria ordinaria (mayo):**

- **Asistencia y participación en clase: 5%**
- **Pruebas de seguimiento (sin previo aviso): 15%**
- **Prueba práctica con ordenador: 30%**
- **Examen final: 50% (es necesario obtener en este examen al menos 4 puntos de 10 para tener en cuenta el resto de notas y poder superar la asignatura)**

## **Convocatoria extraordinaria (junio):**

- **Asistencia y participación en clase: 5%**
- **Pruebas de seguimiento (sin previo aviso): 10%**
- **Prueba práctica con ordenador: 25%**
- **Examen final: 60% (es necesario obtener en este examen al menos 4 puntos de 10 para tener en cuenta el resto de notas y poder superar la asignatura)**

## **Bibliografía y recursos**

### **Bibliografía básica:**

- A. Silberschatz, H.F. Korth, S. Sundarshan, *Fundamentos de Bases de Datos* (2014, 6ª ed.), McGraw Hill. [Localízalo en la Biblioteca \(Recurso electrónico\)](#)
- C.J. Date, *Introducción a los Sistemas de Bases de Datos* (2001, 7ª ed.), Prentice Hall [Localízalo en la Biblioteca](#)

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

## **Horarios de atención**



Universidad  
de Navarra

**María Castillo Latorre (mclatorre@unav.es):**

- despacho 2280 (2ª planta, hilera), Edificio Amigos
- horario: jueves de 15:30 a 18:30, debido a la pandemia es imprescindible solicitar cita previa por correo electrónico



**Asignatura: Data Mining para CRM (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/data-mining-para-crm/>

## **Data Mining para CRM (F. Económicas)**

---

### **• Breve descripción de la asignatura:**

El avance de la tecnología y el abaratamiento de costes para recoger y almacenar información, ha llevado a la creación de bases de datos de tamaños ingentes y con un volumen que crece exponencialmente cada día. Las empresas pueden generar valor a partir de esos datos y esto les proporciona una ventaja competitiva fundamental.

El objetivo de la asignatura es enseñar técnicas de minería de datos que ayuden a conocer y gestionar la relación con el cliente, detectando patrones de comportamiento, tendencias, relaciones, etc.

- **Carácter:** Optativa,.
- **ECTS:** 6 cr (150 h)
- **Curso y semestre:** 3º y 4º ECOB; 3º ADE y 5º ADE+D y ADEb+D; Primer semestre
- **Idioma:** Castellano, pero el alumno debe ser capaz de leer bibliografía en inglés.
- **Título:** ADE y Economía
- **Profesores:** Elena Sanjurjo San Martín (esanjurjo@unav.es), despacho 2300, 2ª planta hilera
- **Horario:** Lunes de 17:30 a 19:30 y miércoles de 15:30 a 17:30; ambas en el aula 02 del edificio de Amigos (**AMI-P0-aula02**)
- **Requisitos:** Portátil para las clases donde tener instalado el programa de RapidMiner.



## Competencias

### COMPETENCIAS BÁSICAS DEL GRADO

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

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

### COMPETENCIAS GENERALES DEL GRADO

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

CG6. Saber comunicar oralmente o por escrito resultados y análisis de utilidad en lo económico y empresarial.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL GRADO (ECO)

CE7: Profundizar en los conocimientos y/o habilidades de áreas propias del estudio de la actividad empresarial

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL GRADO (ADE)

CE11: Conocer de forma más avanzada los instrumentos fundamentales para la planificación, programación y control que soportan las actividades de la empresa

## Actividades formativas

- AF1. Clases presenciales. Clases teórico-prácticas disponibles en ADI. [28 horas]
- AF2. Trabajos dirigidos. Entrevista, elaboración y defensa del proyecto con los grupos de trabajo [32 horas]
- AF3. Tutorías. 2 horas por semana durante la duración del curso en período lectivo.
- AF4. Estudio personal. Estudio individual de los temas de la asignatura [24 horas]
- AF5. Resolución de practicas y actividades [28 horas]
- AF5. Exámen de seguimiento (tipo test) de la materia impartida en octubre [2 horas] .





## **Programa**

**Tema 1:** El proceso de CRM. ¿Para qué sirve la minería de datos en la gestión de relación con el cliente?

**Tema 2:** Introducción a Rapid Miner

**Tema 3:** Preparación, visualización y exploración de datos.

**Tema 4:** Modelos de clasificación

**Tema 5:** Análisis de asociación

**Tema 6:** Clustering

**Tema 7:** Reducción de dimensionalidad

## **Evaluación**

**Para la convocatoria ordinaria (diciembre) la nota final será una media con las siguientes ponderaciones:**

- Entregas de actividades (septiembre y octubre): 15%
- Dos pruebas de tipo test (finales de septiembre y de octubre) 20%
- Proyecto (Noviembre): 65%

Los alumnos que se presenten a la convocatoria extraordinaria de junio deberán realizar un proyecto nuevo, cuyos detalles y plan de trabajo estarán disponible en ADI antes del 15 de mayo. La fecha máxima para entregar este proyecto será el 15 de junio de 2020.

**La nota final de la convocatoria extraordinaria será una media con las siguientes ponderaciones:**

- Entregas de actividades (septiembre y octubre): 15%
- Dos pruebas de tipo test (finales de septiembre y de octubre) 20%
- Proyecto (Junio): 65%

## **Bibliografía y recursos**

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

## **Horarios de atención**



Universidad  
de Navarra

Mediante cita previa al correo:

- Elena Sanjurjo: [esanjurjo@unav.es](mailto:esanjurjo@unav.es)



**Asignatura: Development Economics\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Course description**

<https://asignatura.unav.edu/development-economics20-f-economicas/>

### **Development Economics**

---

**Course description:** This is a course for those interested in the challenge posed by massive and persistent world poverty and inequality. First, we will study the different facets of human development: education, health, gender, the family, land relations, risk, informal and formal norms, public policy and institutions. Second, we will use some of the key theoretical and empirical ideas for why and how politics and institutions affect economic development. We will also look at a variety of empirical examples drawn from throughout the developing world and you will be exposed to modern empirical methods in economics. At the end of this course, you should have a good sense of the key questions asked by scholars interested in development today, and a few answers as well, viewed through an economic lens.

The questions we will take up include: Is extreme poverty a thing of the past? What determines the decisions of poor households in developing countries? What constraints are they subject to? Is there a scope for policy (by government, international organizations, or NGOs)? What policies have been tried out? Have they been successful? Should we leave economic development to the market? Should we leave economic development to non-governmental organizations? Does foreign aid help or hinder? Where is the best place to intervene? And many others.

**Degree:** Degree in Economics + Diploma in International Economics and Finance

**Type of subject:** Required (OB)

**Number of Credits:** 3 ECTS



Universidad  
de Navarra

**Year and semester:** 2nd year / 2nd Semester

**Language:** English

**Title:** Development Economics

**Instructor:** Sandra Polanía-Reyes (e-mail [spolania@unav.es](mailto:spolania@unav.es))

**Lecture schedule:** Wednesday from 12:00 -14:00

**Aula:** On Jan 19 Aula 9 FCom. On Jan 26, Ed. Amigos, Planta 0, Aula 2. From 2-Feb. Ed. Amigos Planta 1 Aula M1.

**Department:** Economics

**Office:** Ed. Amigos, Torre, 2490, second floor

**Prerequisites:**

**Math:** Calculus and Algebra. (Eb+IF: Quantitative methods I, II, III). The lectures will occasionally discuss simple mathematical models that economists find helpful to describe some aspects of the data.

**Intermediate Microeconomics and Macroeconomics:** We will cover a large set of different topics in economics and examine some of them from the lens of micro and macro concepts, mechanisms and models. The intuition behind those models will always be made clear.

**Probability and Statistics:** For each topic, we will study several concrete examples chosen from around the world, and use statistics to understand these examples quantitatively. Almost all of the required readings and lectures will use elementary statistics.

**Econometrics:** You must know what a linear regression is. Some readings will use more advanced statistical tools (such as correlations and regressions) to dig deeper into the data. Econometrics is not a prerequisite for this class. I will provide all the materials you may need.

**Applied tools:** Confidence with at least one software that allows you analyze data and produce results and graphs (Excel works) is a



must.

## **Competencies**

At the end of this course, students should have a good sense of the key questions asked by scholars interested in poverty today and hopefully a few answers as well.

## **Goals**

1. Build a foundation for critical thinking about the role of political economy in understanding economic development.
2. Understand some core theoretical concepts economics and human development, with illustrations from developing countries.
3. Understand empirical evidence in economics. What makes a good empirical study? How do we learn about the world empirically? What are some of the techniques we can use to better understand the world?

## **Basic Competencies**

BC1 Students must demonstrate that they possess and understand knowledge in an area of study based on a general secondary school education whose content often comes from advanced textbooks, but also includes cutting-edge knowledge in this field of study.

BC2 Students must know how to apply their knowledge to their work or vocation in a professional way and must have the competences that are usually demonstrated by means of preparing and defending arguments and solving problems within their area of study.

BC3 Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their area of study) to make judgments that include a reflection on relevant social, scientific and ethical topics.

BC4 Students must be able to transmit information, ideas, problems and solutions to specialized and general audiences.

BC5 Students must develop the learning skills required to undertake subsequent studies with a high level of independence.

## **General Competencies**

CG2 To identify, integrate and use the knowledge acquired to argue, discuss and solve relevant problems in economics and/or business.



CG3 To coherently reason and present their own opinions in oral contexts and/or when writing texts on economics.

CG4 To use independent critical reasoning on relevant topics in economics and business.

CG5 To communicate results and analysis either orally or in writing that are useful to economics and business.

CG6 To be familiar with the different contexts in which their work is carried out: the circumstances, markets and historical, legal or human context.

CG7 To reach conclusions of a regulatory nature that are relevant to economic policy based on positive knowledge.

### **Specific Competencies**

SC3 To use the concepts, theories and models of economic theory to assess the reality of the economic context.

## **Syllabus**

**Course Syllabus. (subject to change). Check the [schedule](#)**

### **Week 7 and 8. Country presentations**

[Presentation survey](#)

[Group Assessment](#)

### **Week 9. Education**

Poor Economics: Chapter 4

### **Week 10. Education II and RCTs**

### **Week 11. Behavioral insights**

### **Week 12 and 16. Policy presentations**

[Presentation survey](#)

[Group Assessment](#)

### **Week 1. The constitutional conundrum**

Session 1. Market failures, government failures and civic failures



Session 2. Introduction.

## **Week 2. Poverty.**

*Poor Economics: Chapter 1 and 2 (Pages 19-22).*

## **Week 3. Poverty traps and Introduction to impact evaluation.**

*Poor Economics: Chapter 2*

## **Week 4. Toward Successful Development Policies**

Artuc et al (2020) Toward Successful Development Policies: Insights from Research in Development Economics. [HERE](#)

## **Week 5. Nutrition and productivity**

*Poor Economics: Chapter 2*

Optional: "The Indiana Jones of Economics," [Part I](#) ; [Part II](#) ; [Part III](#) ( *Freakonomics* blog post by Robert Jensen on his work on Giffen goods)

## **Week 6. Health**

*Poor Economics: Chapter 3*

### **Topics**

1. History of Thought in Development Economics.
2. Family and Cooperation
3. Risk and Insurance
4. Credit
5. Savings
6. Agriculture, Land and Property Rights
7. Deep Determinants of Economic Development I: Macro Evidence
8. Deep Determinants of Economic Development II: Micro Evidence
9. Behavioral development economics and public policy
10. Post-Covid development

### **Activities**

#### **Activities**

#### **I. Classroom activities**

We will have a combination of formal lectures, interactive games, class discussions, presentations and teamwork. This will only be possible if you consistently work on the new material. The material for each topic



will be posted weekly, and you should keep pace with the rest of the class. Please don't be shy about seeking help if something is unclear or confusing! Ask questions as they arise during lectures and make sure you read all mandatory background readings. Be ready to discuss their content on the day that they are due.

1. Lectures. Lectures are given by the professor and guest lecturers on the themes indicated in the syllabus with the help of power point presentations and videos. The professor will post on ADI the power point presentation, the notes for each topic and some recommendations for further reading.
2. Class discussion and case studies
3. Group presentations

## **II. Personal work**

Students must understand themes covered early in the course to be able to comprehend information presented later in the course, and will have to be able to integrate material learnt throughout the course. Therefore, it is important that they do not fall behind and try to set aside regular times outside of class to work on the course material on a daily basis.

1. Students must read the assigned reading for a subject before the lecture covering that topic. Being familiar with topics beforehand will allow students to get the most out of the lecture.
2. Students should conduct personal study using the professor's notes, notes taken in lectures and recommended readings.

There will be several extra points opportunities for those who want to go deeper in the topics.

## **III. Teamwork**

Students working in small groups learn essential communication and social skills (active listening, effective speaking, coordination, cooperation, organization, leadership, self-confidence), which is key for success and flourishing in the work place. Evidence also shows that students demonstrate better retention than students taught in other instructional formats.

There will be presentations and group policy briefs.

**Time Commitment: Credits/hours distribution of the activities. 3 ECTS= 75 h (25 h/ECTS).**





The minimum commitment will be approximately 5 hours per week for attendance (2 hours), doing the readings, and completing the assignments.

1. Lectures	0.52 ECTS	13 h	(16 %)
2. Discussions	0.44 ECTS	11 h	(13.3 %)
3. Group presentations	0.16 ECTS	4 h	(8 %)
<hr/>			
Total classroom activities	1.2 ECTS	30 h	(40 %)
4. Personal work	1.4 ECTS	35 h	(46.7%)
5. Teamwork	0.48 ECTS	12 h	(16 %)
<hr/>			
<b>Total Assessment</b>	<b>3 ECTS</b>	<b>75 h</b>	<b>(100 %)</b>

### Grading

Class participation/attendance/discussion (15%)

Short reading responses/questions during class (10%)

Teamwork (75%)

- Country - Presentation 1 and brief (25%)
- Country - Presentation 2 and brief (25%)
- Self-assessment (25%)

**Grade System (cfr. Art. 5, Real decreto 1125/2003, Spanish Ministry of Education)**

Point Value over 10	Description		Explanatory Comments
9,9 to 10	Matrícula de Honor	Truly Exceptional	Excellent with distinction. Work meets or exceeds the highest expectations.*
9 to 9,8	Sobresaliente	Outstanding	Excellent. Superior work in all areas.
8	Notable	Very Good	Superior work in most areas.
7	Notable	Good	Solid work across the board.
6	Aprobado	More than Acceptable	More than acceptable, but falls short of solid work.
5	Aprobado	Acceptable	Work meets all the basic requirements and standards.



0 to 4,9	Suspensio		Fail
----------	-----------	--	------

\* Only 5% of the enrolled students can obtain MH.

## Bibliography

### Bibliography

**Required Textbook:** Abhijit Banerjee's and Esther Duflo's *Poor Economics: A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*. PublicAffairs, 2011. ISBN: 9781586487980. It's available in the library [here](#), [here](#) and [here](#)

We will also refer to other resources (videos, book chapters and articles) that will be available every week.

I will provide you with handouts of the class slides. We will build up a Handout file with excellent resources on Development Economics. I will refer you to course notes or further readings if you want to dig deeper into certain topics.

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

## Office hours and Email Policy

### Office Hours and feedback

E-mail (spolania@unav.es) to request an appointment.

Office: Ed. Amigos, Torre, 2490, second floor or virtually.

### E-mail policy

Please add in the subject line the name of the course: ECON DEV. I am teaching 4 different courses, 150 students this semester.

Do not expect responses outside office hours, during week-ends or holidays.

Questions about reading assignments, assessment, class schedules, dates and venues should be clarified with the info here in ADI or in class. The professor reserves the right to answer these and other requests for information that have already been explained in class.



**Asignatura: Digital Businesses\_20 (F. Económicas)**

Guía Docente

Curso académico: 2021-22

## Introduction

<https://asignatura.unav.edu/digital-business20-f-economicas/>

## **Digital Businesses\_20 (F. Económicas)**

---

- **Brief description**
- *Digital* has been in the mind of business leaders since the emergence of the *internet*. But for the digital native generation, *Digital* has become its *platform*. This conundrum has created at least 3 types of *Digital Businesses*: Digital Giants (Amazon, FaceBook, Google), Bricks to Clicks, and the Born-Digital. In this course, we will introduce a methodology that encompasses all, in an *All-In Digital Strategy*, through *four synergic phases*. We will learn that crisis like the financial-2008, and the pandemia-2020 have produced a new cadre of firms: firms based on an *algorithm*. *Algorithm Firms* do not follow the traditional and conventional path of egocentrism. *Algorithm Firms* are *Allocentric*, to the extent that they work as *platforms*, where you *orchestrate* other's value offers – while *strengthening your core*. Accordingly, its value proposition offer is always in *expansion* – think in the apps on the iPhone – and it is in a neverending transformation. *Allocentric, Algorithm Firms* move across industries, and their vision – is deliberately fuzzy by design.
- **Type:** Required
- **ECTS:** 3
- **Course and semestre:** 2nd - 2nd
- **Language:** English
- **Título:** International degree of Management
- **Módulo y materia de la asignatura:** Elective and Specific Elective
- **Professor:** Alejandro-Ruelas Gossi - argossi@unav.es
- **Timetable:**
- **Room:**

## Competences

CEOP7: Analyze current trends in the design of objectives and/or strategies in the



company.

CEOP8: Develop objectives, strategies and/or projects in the field of production, logística and marketing.

CEOP9: Identify new trends in the field of marketing, operations and/or business models.

CEOP10: Develop practical cases that describe the strategy of a company and the key factors in the competitiveness of companies.

CEOP11: Master project management and process analysis methodologies as basic tools for decision-making in a company.

## **Program**

***See the syllabus attached.***

## **Activities**

Classes: 30 hours

Individual work: 20 hours

Class preparation: 25 hours

## **Assessment**

- 30% class participation.
- 70% assignments for every session that requires it (see program).

Evaluation of class participation is based on the personal effort put forth by each individual in preparing the assigned material for each session.

## **Bibliography and resources**

Material will be given before each session.

Bibliografía y recursos.

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

## **Office Hours**

Horarios de atención



**Asignatura: Dirección Comercial I (F. ECONÓMICAS)**

Guía Docente

Curso académico: 2021-22

## **Presentación**

### **Descripción de la asignatura:**

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 marketing, fomentar 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 8h00 – 9h45 (aula 10) y miércoles 8h00 – 9h45 (aula 16)**

**Créditos ECTS: 6**

**Idioma: Castellano**

**Profesor: Nuno Jose Lopes ([njlopes@unav.es](mailto:njlopes@unav.es); despacho 2210, Hilera)**

**Horario de atención: Miércoles de 10:00 a 18:30**

## **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 por ellos mismos. 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 profunda 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/artículo 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: 52h
- Preparación de las clases: 90h

### **Evaluación**

#### **Tareas en Grupo (30%):**

- A lo largo del semestre, los alumnos – en grupos de dos personas – tendrá que analizar tres casos de estudio. Las tareas se anunciarán en ADI algunos días antes de la fecha límite. Antes de la fecha límite, cada grupo tendrá que enviar un email al profesor con un documento en Word con sus respuestas. Adicionalmente, el día de la discusión del caso en clase el grupo deberá entregar al profesor ese mismo documento Word impreso. Grupos que no puedan asistir a la discusión deberán pedir a algún compañero que lleve el documento al profesor.
- Fechas límite de entrega:
  - **Caso de Estudio 1 (10%):** 29 de septiembre, 8h00 - Par este Caso de Estudio no hay que entregar nada, la evaluación se hará con la participación en clase ese día.
  - **Caso de Estudio 2 (10%):** 22 de octubre, 8h00
  - **Caso de Estudio 3 (10%):** 24 de noviembre, 8h00.

#### **Examen Parcial Individual (20%):**

- Examen parcial obligatorio el 5 de octubre en que se examinará los capítulos 1-7.
- Tendrá ocho preguntas tipo test y dos preguntas de desarrollo.

#### **Examen Final Individual (50%):**

- Examen obligatorio en el final del semestre (10 de diciembre, 16:00-17:15) que examinará los capítulos 8-17 y 20.
- Tendrá cuatro preguntas tipo test y tres preguntas de desarrollo. Para aprobar el examen final es necesario obtener una nota mínima de 5.00 (sobre 10.00) en dos de las tres preguntas de desarrollo.
- Adicionalmente, **para aprobar la asignatura es necesario obtener un mínimo**





**de 4.00 (sobre 10.00) en el examen final.**

### **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**

Se recomienda usar el manual ya que cubre en detalle lo que aprendemos en clase. Ediciones más antiguas de este mismo manual también sirven.

#### **Manual:**

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principios de Marketing*. 17<sup>o</sup> ed. Pearson Educación. [[Recurso electrónico](#)]

#### **Bibliografía Complementaria:**

Santesmases, M., Merino, M. J., Sánchez, J., & Pintado, T. (2018). *Fundamentos de Marketing*. 2<sup>o</sup> edición. Editorial Pirámide.

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

### **Recursos**

- Las diapositivas en Power Point de las clases teóricas se publicarán en ADI después de cada sesión.



Universidad  
de Navarra

- Los casos de estudio y sus tareas estarán en ADI unos días antes de la fecha límite de entrega.

### **Horarios de Atención**

Los alumnos pueden pasar por el despacho del profesor (2210, Hilera) cada miércoles de 10h00 a 18h30. No es necesario pedir cita.

### **Diapositivas**



**Asignatura: E-Commerce\_20 (F. Económicas)**

Guía Docente

Curso académico: 2021-22

## Introduction

<https://asignatura.unav.edu/ecommerceecon/>

Source: Louis Vuitton, 2019

## E-commerce

**Module in the Degree Program:** E-commerce | General Management and Strategy

**Year:** Second/ Third

**Semester:** Second

**Lecture schedule:** Wednesdays from 4 pm to 6 pm, Room B2 Amigos.

**Number of credits:** 3 ECTS

**Type of course:** Required subject

**Language:** English

**Instructors:** Roberto Álvarez Landeros, course director ([ralvarezl@external.unav.es](mailto:ralvarezl@external.unav.es))

**Office:** 4070 4th floor (Tower), Edificio Amigos

**Office Hours:** Thursdays from 4:00 pm to 6:00 pm (*please schedule an appointment before going*)

### Course Description

This course examines the concepts, technology, and applications of electronic commerce or e-commerce. Since users can engage in e-commerce from a fixed device (e.g., PC) or a mobile device (e.g., mobile phone), we will examine traditional fixed e-commerce and mobile e-commerce or m-commerce.

- The course begins by setting the context for e-commerce within the domain of information systems. Then the course examines e-commerce in detail. It presents general concepts about e-commerce and demonstrates them with a case study. It explains characteristics and examples of B2C e-commerce and examines the rising role of social commerce.
- This program discusses B2B e-commerce and contrasts it with B2C e-commerce. It examines security and payment in e-commerce. It explains the technological infrastructure needed to support an e-commerce system and describes how e-commerce systems are built.
- Next, the course examines m-commerce in detail. It presents m-commerce concepts and discusses the technology needed for m-commerce. It examines the range of m-commerce applications and discusses mobile security and payment. The course concludes with a presentation on the future of e-commerce.

### Program

**Module I.** Introduction to E-commerce | The Case Method:

- An Introductory Note on The Case Method



- Foundations of Management (J.A. Pérez López, IESE Business School)
- Introduction to Digital Transformation and Social Media
- Direct to Consumer Brands (Harvard Business School)

## **Module II.** Strategy and The Internet:

- Business Modeling | The Diamond-E Framework (Harvard Business School)
- M.Porter Five Force Model (Harvard Business School)
- Blue Ocean Strategy (INSEAD Business School)
- Sony Play Station (*Case Study*)
- Amazon goes Global (*Case Study*)

## **Module III.** Innovation and Disruption

- Disruptive Strategies: Sustaining Innovation, Low-end and High-end Disruptions (Harvard Business School)
- Introduction to FinTech (Wharton, University of Pennsylvania)
- Apple Pay (*Case Study*)

## **Module IV.** Robots vs People | Systems Thinking

- Introduction to Systems Thinking (MIT Sloan School of Management)
- Introduction to Artificial Intelligence, NLP, Robotics and Deep Learning (MIT)
- The 4-Cap Model (MIT Sloan School of Management)
- Google in China (*Business Case*)
- Google Cloud (*Case Study*)
- Siri vs. Alexa. Vs. Google (*Case Study*)

## **Module V.** Blockchain | Clusters of Innovation

- Business Purpose and Business Continuity (IPADE Business School)
- Introduction to Clusters (MIT Sloan School of Management)
- Introduction to Blockchain (INSEAD Business School)
- Facebook in India (*Case Study*)
- Bitcoin (*Case Study*)

## **Educational Activities**

### **I. Classroom teaching activities**

#### **1. Lectures**

Lectures are given by the professor on the themes indicated in the syllabus with the help of the blackboard, power point presentations, videos and animation movies. The professor will post on ADI the power point presentation, the notes for each topic and some recommendations for further reading.



## 2. Seminars (Required)

They include:

- Responses to student's questions by the professor and classmates.
- Presentation by the professor of current business models related to the course.
- Oral presentations by the students on topics and a business case proposed by the professor. Class will be divided into groups of 4-6 students each. Each group will prepare an oral presentation in which each student will talk for 4-6 min. At the end of the presentation the students will have to answer questions.

## 3. One-to-one tutorials

Each student may have personal interviews with the professor to help him/her with personal study and learning.

## 4. Evaluation

Exams to assess the successful accomplishment of the objectives

## II. Personal work

Students must understand themes covered early in the course to be able to comprehend information presented later in the course, and will have to be able to integrate material learned throughout the course. Therefore, it is important that they do not fall behind and try to set aside regular times outside of class to work on the course material on a daily basis.

1. Students must read the assigned reading for a subject before the lecture covering that topic. Being familiar with topics beforehand will allow students to get the most out of the lecture.
2. Students should conduct personal study using the professor's notes, notes taken in lectures and recommended books if needed.
3. Students have to prepare oral presentations in English.

### Credits/hours distribution of the activities. 3 ECTS= 75 h (25 h/ECTS)

1. Lectures	0.8 ECTS	20 h	(26.7 %)
2. Seminars	0.3 ECTS	7 h	(10.0 %)
3. Evaluation	0.1 ECTS	2 h	(2.6 %)
<hr/>			
Total classroom activities	1.2 ECTS	29 h	(40 %)
4. On-to-one tutorials	0.02 ECTS	1 h	(10 %)
5. Personal work	1.8 ECTS	45 h	(50 %)
<hr/>			
Total	3 ECTS	75 h	(100 %)



## Assessment

There will be two partial exams and a final exam. The partial and final exams will include a business case to solve. Exams questions will be drawn directly from lectures, class discussions and seminars. To calculate the final grade, course performance and grading will be determined as follows :

- Midterm exam 30%
- Final exam 50%
- Seminars 20% (Oral Presentation 8% + Participations 12%)

Seminars will be graded taking into account the Oral Presentation (content and skills to communicate in English) and participation. Criteria for evaluation will be posted on ADI.

The midterm exam will be held at the beginning of class and will include modules I-III.

The final exam will be held in May and will include modules I-V.

### Criteria to pass the course

Students whose final grade is below 5 points or whose final exam is not approved, that is a final exam below 5 points, will not pass the course and will be graded as *Suspensio*.

Students who do not take the final exam will not pass the course and will be graded as *No Presentado*.

### HONESTY IS THE BEST POLICY

(Ethics Committee Provisions Against Plagiarism and Copying)

We value honesty. Without it, there can be no trust or any meaningful social relations. Therefore, the School expects honesty and fairness from all of its members: professors, non-academic staff, and students.

Dishonest behaviors will be sanctioned in accordance with the [University Norms on Student Academic Discipline of August 2015](#), and include lying, cheating in exams, and plagiarism in written work. We take such violations seriously. Depending on their gravity, these offenses will be dealt with by the Professor in charge of the subject, by the Dean of Students, and in very severe cases, by the Vice President for Student Affairs.

Sanctions include:

- formal warnings
- prohibition from entering University premises for a given period
- loss of admission rights to exams
- loss of scholarships
- A failing grade for the piece of work or the whole course

## Competences

CB2 Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

CB3 Students should be able to gather and interpret relevant data (normally within their field of study) in order to make judgments that encompass consideration of relevant social, scientific and ethical topics.

CB4 Students should be able to convey information, ideas, problems and solutions to both specialized and general audiences.

CB5 Students should have developed the learning skills necessary to undertake higher programs of study with greater independence.



CG2 Identifying, incorporating and using acquired knowledge in argument, discussion and problem solving as they apply to economics and business.

CG5 Developing the capacity for independent critical thought on matters relevant to economics and business.

CG6 Communicating results and analyses useful in economics and business, both verbally and in writing.

## Bibliography and Resources

Textbook:

[Foundations of Management J.A. Pérez Lopez, IESE .pdf](#)

Other:

- Kim, Chan y Mauborgne René. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Boston, Massachusetts, USA: Harvard Business School. [Find this book in the Library](#)

- Laszlo, Chris. (2003). *The Sustainable Company*. Washington, Covelo, London: Island Press. [Find this book in the Library](#) (eBook version)

- Senge M., P. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of Learning Organization*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica. [Find this book in the Library](#)

- For translation and pronunciation of words and short sentences:  
<http://translate.google.com/#en|es>

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

### Office Hours

**Instructors:** Roberto Álvarez Landeros, course director ([ralvarezl@external.unav.es](mailto:ralvarezl@external.unav.es))

**Office:** 4070 4th floor (Tower), Edificio Amigos

**Office Hours:** Thursdays from 4:00 pm to 6:00 pm (*please schedule an appointment before going*)



**Asignatura: Economía Pública (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/ecopublicaeconom/>

## **Economía Pública (F. ECONÓMICAS)**

### **OBJETIVO DE LA ASIGNATURA**

El objetivo general de esta asignatura es triple.

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

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

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

### **DATOS GENERALES**

- **Departamento:** Economía.
- **Facultad:** Ciencias Económicas y Empresariales.
- **Titulación y curso:** 3º ECO bilingüe. 4º Doble Grado ECO bilingüe + Derecho. 5º ECO bilingüe + Leadership & Governance. 3º Filosofía, Política y Economía (PPE)
- **Semestre:** Primero, de septiembre a diciembre.
- **Créditos (ECTS):** 6.
- **Número aproximado de horas de trabajo del alumno:** 150.
- **Requisitos:** conocimientos básicos de microeconomía.





### **HORARIO DE CLASES:**

- **Lunes:** 15:30-17:30. Aula 12.
- **Martes:** 8:00-10:00. Aula 12.
- [Enlace a los horarios de la Facultad.](#)
- **Tipo de asignatura:** **OBLIGATORIA.**
- **Módulo y materia:**  
Economía: Módulo 2: Economía Aplicada.  
Materia 3: Economía del Sector Público.  
Filosofía, política y economía (PPE): Módulo  
3: Economía. Materia 2: Economía aplicada.
- **Idioma en que se imparte:** castellano.

### **PROFESOR:**

JUAN CARLOS MOLERO GARCÍA ([jcmolero@unav.es](mailto:jcmolero@unav.es))

- [Webpage](#)
- [C.V., Spanish](#)

## **Competencias**

### **GRADE EN ECONOMÍA (como asignatura obligatoria)**

#### **Competencias generales:**

**CG1)** Conocer distintas áreas del análisis económico, tanto en su vertiente teórica como aplicada.

**CG6)** Saber comunicar oralmente o por escrito resultados y análisis de utilidad en lo económico y empresarial.

#### **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.

**CB4)** Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un



público tanto especializado como no especializado.

**Competencias específicas:**

**CE3) Llegar a conclusiones de carácter normativo, relevantes para la política económica, a partir de los conocimientos positivos.**

**CE6) Conocer la lógica económica de la actividad del Sector Público y ser capaz de juzgar sus resultados.**

**CE21) Razonar y exponer con coherencia las propias opiniones en contextos orales y/o en la redacción de textos.**

3

**GRADO EN FILOSOFÍA, POLÍTICA Y ECONOMÍA (PPE) (como asignatura obligatoria)**

**Competencias generales:**

**CG4) Expresar conocimientos e ideas de manera oral y escrita, con rigor, orden y creatividad, que aborden cuestiones y retos de la coyuntura económica, política, social y cultural de nuestra sociedad.**

**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.**

**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.**

**Competencias específicas:**

**CE1) Identificar y analizar los elementos más significativos que conforman las diferentes realidades sociales para interpretarlas desde un enfoque sistémico, que integre las áreas de conocimiento del Grado (filosofía, política y economía)**



**CE10)** Conocer y utilizar los conceptos y métodos fundamentales de la Teoría Económica, aplicándolos al análisis y discusión de situaciones reales.

**CE11)** Identificar y manejar los principales modelos microeconómicos y macroeconómicos que explican los procesos y comportamientos económicos.

**CE13)** Identificar los elementos relevantes del entorno económico globalizado, valorando su coherencia con otros parámetros normativos de índole política o filosófica.

## Programa

### **PARTE I: LA ACTUACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO**

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

### **PARTE II: EL COMPORTAMIENTO DEL GASTO PÚBLICO**

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

## Actividades formativas

### **DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES FORMATIVAS**

- **Clases teóricas (af1):** se impartirá un número de clases teóricas que sitúen al alumno en el entorno del agente económico que se pretende conocer. El alumno acudirá a dichas clases conociendo el tema de antemano, el cual estará colgado en la web de la asignatura. Se pretende que las clases teóricas sean muy participativas, basadas en discusión de artículos y trabajos previamente seleccionados, o bien en una comprobación del grado de



aprendizaje de los conocimientos teóricos. En ambos casos, el profesor tomará nota de la participación de los alumnos en las clases.

- **Discusión de artículos (af1):** la posterior ampliación y profundización de los contenidos de las clases teóricas y prácticas será desarrollada por parte del alumno. Para ello, y en función del tiempo, se proporcionarán diversos textos y lecturas adicionales, además de las que el propio alumno quiera buscar.
- **Presentación de trabajos en clase (af1 y af2):** Dicho desarrollo y ampliación de los contenidos de la asignatura quedará plasmado en una exposición en power point que los alumnos realizarán en clase a raíz de trabajos realizados en grupo. Dichos trabajos cubrirán parte del programa de la asignatura y versarán sobre temas proporcionados por el profesor.
- **Tutorías (af3):** tanto el profesor como el alumno interno de la asignatura estarán a disposición de los alumnos.
- **Necesidad de horas de estudio fuera de clase (af4):** estudio personal, presentación de trabajos, reuniones de grupo, etc.
- **Exámenes (af5):** parte de la evaluación se realizará a través de un examen final, tal y como se detalla en el apartado de evaluación.

### **ACTIVIDADES FORMATIVAS por horas (af) \_**

**af1.** Clases teóricas: 31 horas.

**af1.** Clases de discusión: 11 horas.

**af1.** Clases de exposición de trabajos: 6 horas.

**af2.** Trabajos dirigidos: búsqueda de información y preparación de presentaciones: 43 horas.

**af3.** Asesoramiento con el profesor (cuestiones sobre la teoría, trabajos, seguimiento del estudio, etc.) y con el alumno interno de la asignatura: 2 horas.

**af4.** Tiempo de estudio individual: 55 horas.

**af5.** Realización de exámenes: 2 horas.

**TOTAL HORAS DE TRABAJO: 150 horas.**

### **Evaluación**



## **CONVOCATORIA ORDINARIA (DICIEMBRE)**

VALORACIÓN **10** PUNTOS , distribuidos de la siguiente manera:

1.- **PRESENTACIÓN EN PÚBLICO DE UN POWER POINT SOBRE UN TEMA QUE SE ASIGNARÁ**  
: VALORACIÓN **3** PUNTOS (en función del resto de presentaciones)

Fecha límite para presentar los **COMPONENTES** del grupo para la presentación: **lunes, 13 de septiembre de 2021, 12 de la noche**. El retraso se penalizará.

El borrador se presenta según el modelo adjunto de dicho borrador en la sección "2. PRESENTACIONES" del área interna del ADI. Los grupos serán de **5 componentes**. La nota será **igual** para todos los componentes y **cada equipo decide si todos exponen o no** el día que haya que hablar en público. El posible problema del *free rider* o **gorrón** lo gestiona cada grupo, e incluso me podéis comunicar si algún componente pensáis que no se merece la nota global.

Enviar el borrador a Juan Carlos Molero, vía email: [jcmolero@unav.es](mailto:jcmolero@unav.es)

Lo antes posible, **se irá informando** a los grupos acerca del programa electoral del partido político que le toca presentar.

Entrega del power point final (**no se permite ningún otro programa**): **lunes, 18 de octubre de 2021, 12 de la noche**. Se envía a: [jcmolero@unav.es](mailto:jcmolero@unav.es). El retraso se penalizará.

Las exposiciones durarán **15 minutos**, incluyendo turno de preguntas por parte del público.

**FECHAS de las exposiciones: 25 y 26 de octubre, 2 de noviembre.**

- o **Cómo citar y referenciar la bibliografía: <https://biblioguias.unav.edu/biblioguias>.**

2.- **PARTICIPACIÓN EN LA ASIGNATURA** (participaciones en el aula y comentarios, vídeos, artículos, etc. que el alumno mande vía email al profesor): VALORACIÓN **2** PUNTOS (en función del resto de participaciones)

3.- **EXAMEN FINAL** (varios tipos de preguntas, incluyendo un ensayo sobre la asignatura, a modo de reflexión profunda sobre la misma) **Fecha: 4 de diciembre de 2021**: VALORACIÓN **5** PUNTOS. **Deben obtenerse, como mínimo, 2,5 puntos en este examen.**

**[Explicando lo que es un ENSAYO.](#)**

---

## **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA (JUNIO)**

Consiste en un **EXAMEN** como en diciembre. **Fecha: 14 de junio de 2022**. VALORACIÓN **7** PUNTOS. Se guarda la nota sobre **3 PUNTOS DE LA PRESENTACIÓN** de power point realizada en



clase.

---

## **ES MATERIA DE EVALUACIÓN DE LOS EXÁMENES:**

- 1) Los **power point** y las **explicaciones del profesor**.
  - 2) Las **lecturas complementarias** que se indiquen.
- 

## **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.

### **Normativa de disciplina académica.**

---

## **NORMAS DE EXÁMENES**

### **Normas de exámenes para alumnos, junio 2018.**

## **Cronograma**

### **Cronograma Economía Pública. Curso 21-22.**

## **Bibliografía y recursos**

- La bibliografía serán los **temas elaborados por el profesor** en formato *power point*, que se colgarán en la página web de la asignatura (sección "área interna" ) con suficiente antelación.



- También formarán parte de la bibliografía las **lecturas complementarias** para los distintos temas, que se colgarán en la sección **ÁREA INTERNA** de la asignatura.

**Manual de referencia, del que habrá que estudiar algunas cosas, de manera obligatoria:**

- ALBI, E.; GONZÁLEZ-PÁRAMO, J.M. Y ZUBIRI, I. (2017): *Economía Pública I. Fundamentos, Presupuesto y Gastos*, Ed. Ariel, Barcelona. [Localízalo en la Biblioteca](#) (versión impresa)  
[Localízalo en la Biblioteca \(versión electrónica\)](#).

**Otras referencias de apoyo:**

GÓMEZ BARROSO, J.L. (2019): *Economía y Política*, Ed. UNED, Madrid.  
[Localízalo en la Biblioteca.](#)

ROSEN, H.S. & GAYER, T. (2014): *Public Finance*, Ed. McGraw-Hill Higher Education, 10ª edición, New York, USA. Existe versión en castellano en:  
ROSEN, H.S. (2008): *Hacienda Pública*, Ed. McGraw-Hill, 7ª edición, Madrid.  
[Localízalo en la Biblioteca.](#)

MOLERO, J.C. y PUJOL, F. (2009): "El papel económico del Sector Público", capítulo 16, pp. 379-413, en: Martínez Chacón, E.(coordin.):*Economía Española*, Ed. Ariel, Barcelona. [Localízalo en la Biblioteca.](#)

MOLERO, J.C. y PUJOL, F. (2002): "El Sector Público en las economías de mercado", capítulo 12, pp. 301- 331, en: Martínez Chacón, E. (direc.) y García Alonso, J.M. (coordin.): *Economía Mundial*, Ed. Ariel, Barcelona. [Localízalo en la Biblioteca.](#)

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

## **Horarios de atención**

### **Horario de atención y asesoramiento:**

Despacho: 3040, 3ª planta, Torre Edificio de Económicas.



Universidad  
de Navarra

**En cualquier momento**, previa petición por email: [jcmolero@unav.es](mailto:jcmolero@unav.es)





Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Econometrics I (F.Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/econometriabasicbeconom/>

## **Econometrics I (F.Económicas)**

---

**Name of the course:** Econometrics

**Year:** Third (or fourth in double degree)

**Semester:** First

**Credits (ECTS):** 6

**Type of course:** Required

**Language:** English

**Department:** Economics

**Degrees:** Economics, ADE

**School:** Economics

**Professor:** Juan Equiza Goñi : [jequizag@unav.es](mailto:jequizag@unav.es)

**Assistant:** not available

**Lecture Schedule:** Thursday from 8h to 10am in Room 15

Friday from 10h to 12pm in Room 12

## **Programa**

1. Economic Questions and Data

2. Review of Probability

3. Review of Statistics

4. Linear Regression with One Regressor

5. Regression with a Single Regressor: Hypothesis Tests and Confidence Intervals

6. Linear Regression with Multiple Regressors



7. Hypothesis Tests and Confidence Intervals in Multiple Regression

8. Nonlinear Regression Functions

## Evaluación

50%	based on	FINAL EXAM (comprehensive)
20%		MIDTERM EXAM (October 15 <sup>th</sup> )
10%		participation, individual quizzes...
10%		assignments (in groups)
10%		research project (in groups of 2 or 3)
	+5% extra	if the project is very good

\* The points in exercises and projects will only count IF you obtain a minimum grade (lower than 5) in the final exam. A similar policy will be followed in June.

## Bibliografía y recursos

### Bibliography

#### Basic

- Stock, J.H. and Watson M.W., 2015, *Introduction to Econometrics*, Pearson: Global Edition, Updated 3rd Edition [Find it in the Library](#)

#### Complementary

- Angrist, J.D. y Pischke, J-S, 2016, *Mastering 'Metrics*, Princeton University Press [Find it in the Library](#)

- Wooldridge, J.M., 2009, *Introductory Econometrics: A Modern Approach*, South-Western: International Student Edition. [Find it in the Library](#)

- Gujarati, D.N. y Porter, D.C., 2009, *Basic Econometrics*, McGraw Hill International Edition, 5th edition. [Find it in the Library](#)



## **Actividades formativas**

Lectures, exercises in groups and a personal project to do on your own (or in pairs)

Our lectures will be shown "live" in ZOOM and I then left recorded on ADI for the following 24 hours

## **Competencias**

This course introduces students to multiple regression methods for analyzing data in economics and related disciplines. Extensions include regression with discrete random variables, instrumental variables regression, analysis of random experiments and quasi-experiments. Regression with time series data is covered in a more advanced course. The objective of the course is for the students to learn how to conduct -and how to critique- empirical studies in economics and related fields. Accordingly, the emphasis of the course is on empirical applications, using STATA or Gretl software in many cases.

### **Grade Competences**

#### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

BC3. Students should be able to gather and interpret relevant data (normally within their field of study) in order to make judgments that encompass consideration of relevant social, scientific and ethical topics.

BC5. Students should have developed the learning skills necessary to undertake higher programs of study with greater independence.

#### **General Competencies (Management and Economics)**

GC3. Mastering the digital, mathematical and technical tools necessary for academic and professional activity in economics and business.

GC5. Developing the capacity for independent critical thought on matters relevant to economics and business.

#### **Specific Competencies (Economics)**

SC10. Using mathematical reasoning and quantitative tools to analyze the economic context.

SC11. Properly using software applications in quantitative analysis of economic questions.

SC12. Applying prediction methods and knowing how to judge their reliability.

SC16. Practically applying the knowledge, abilities and skills acquired.

SC19. Smartly applying quantitative techniques, suitable software and methodological procedures when working on economic issues.

#### **Specific Competencies (Management)**

SC8. Developing case studies on subjects related to economics and business.

SC9. Incorporating computer applications in a business's decision-making processes.



SC10. Incorporating mathematical reasoning and quantitative tools in a business's decision-making processes.

SC11. Understanding prediction methods and using computer applications for quantitative analysis of business management.

### **Course competences**

- Using mathematical reasoning and quantitative tools to analyze the economic context (SC10)
- Properly using software applications in quantitative analysis of economic questions (SC11)
- Knowing how to combine economic reasoning with other disciplines (SC17)

### **Horarios de atención**

Mainly, on Wednesday, from 10:00 to 12:00, in office 2030.

If that is not possible, other arrangements can be made.

Please, send an email in advance to fix an appointment.



**Asignatura: Empresa Familiar\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/empresa-familiar20-f-economicas/>

## **Empresa Familiar\_20 (F. Económicas)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:** (poner un párrafo máximo)

La mayoría de las empresas en todo el mundo están controladas por sus fundadores o familias fundadoras, incluidas las pequeñas empresas y las empresas privadas y más de dos tercios de las empresas que cotizan en bolsa. El control familiar trae desafíos y oportunidades tanto para las empresas como para las diversas partes interesadas. En este contexto, el curso de Gestión de Empresas Familiares tiene como objetivo educar y preparar a los gerentes para las especificidades de las empresas familiares, que tienen un impacto económico y social significativo en todo el mundo, pero que al mismo tiempo carecen de buenas técnicas de gestión y conceptos teóricos para desempeñarse y perdurar a lo largo de generaciones. El curso abordará temas sobre las idiosincrasias de la gestión, estructura, gobierno corporativo y estrategia en la empresa familiar para que el alumno pueda analizar críticamente y a través de diferentes metodologías los retos y problemas empresariales en la gestión del día a día de una empresa familiar.

- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 3
- **Curso y semestre:** Segundo curso - Segundo semestre
- **Idioma:** Español
- **Título:** Administración de Empresas
- **Módulo y materia de la asignatura:** Optativa y Optativa específica
- **Profesor responsable de la asignatura:** Luiz Ricardo Kabbach - lkabbach@unav.es
- **Horario:** Viernes, 8h -10h
- **Aula:** Aula B2 - Amigos

## Competencias

Competencias específicas del perfil de Dirección de Empresas y Estrategia:

CEOP7: Analizar las tendencias actuales en el diseño de objetivos y/o estrategias en la empresa.

CEOP8: Desarrollar objetivos, estrategias y/o proyectos en el ámbito de la



producción, logística y marketing.

CEOP9: Identificar las nuevas tendencias en el ámbito del marketing, operaciones y/o modelos de negocios.

CEOP10: Desarrollar casos prácticos que describan la estrategia de una empresa y los factores claves en la competitividad de las empresas.

CEOP11: Dominar las metodologías de gestión de proyectos y análisis de procesos como herramientas básicas para la toma de decisiones en una empresa.

## Programa

### **Modulo 1 – Empresas familiares – Naturaleza y Valor**

Introducción al curso y naturaleza e importancia de las empresas familiares: ¿qué es y qué la hace única?

---

Modelos conceptuales de empresa familiar: teorías sociológicas y económicas.

---

¿La propiedad, el control y la gestión de la familia crean o destruyen valor?

### **Modulo 2 – Gestión de la empresa familiar**

Gestión de conflictos de accionistas y dinámicas familiares.

---

Estrategia en el sistema empresarial familiar: el enfoque dual.

### **Modulo 3 – Gobierno de la empresa familiar**

Gobierno en el sistema de empresa familiar: dirección, familia (consejo de familia y constitución familiar) y consejo de administración.

---

Sucesión en la empresa familiar.

## **Actividades formativas**

Clases presenciales: 30 horas

Trabajo individual: 20 horas

Trabajos en equipo: 25 horas

## **Evaluación**

Informes de los estudios de caso (Equipos)

20%

Participación (Individual)

15%

Donuts (Quizzes) (Individual)

10%

Cuestiones para discusión (Individual)

15%

Proyecto Aplicado (Equipos)

40%

Presentación

15%

Trabajo escrito (Nota Individual = Nota del Equipo x Peso individual (b))

25%

## **Bibliografía y recursos**



Universidad  
de Navarra

## REQUIRED TEXTBOOK:

Ernesto Poza & Mary Daugherty, Family Business, 4<sup>th</sup> Edition, South-Western Cengage Learning, Mason: OH, 2014. [Find it in the Library](#)

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

## Horarios de atención

Horarios de atención



**Asignatura: Entrepreneurship (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Introduction**

<https://asignatura.unav.edu/entrepreneurshipeconom/>

# **Entrepreneurship (F. ECONÓMICAS)**

---

### **[1] Introduction and learning objectives**

What do Bill Gates and J.K. Rowling have in common? First, they are both successful entrepreneurs. Second, they were domain experts before launching their businesses. Entrepreneurship is not only about having a great idea and selling it to the world, but also about developing skills, attitudes, and traits that make you differentiate yourself and your endeavours from the crowd. In other words, to establish a competitive advantage. That's where self-assessment and diligent study take place.

Professor Howard H. Stevenson, from Harvard Business School, defines entrepreneurship as “the pursuit of opportunity without regard to resources currently controlled.” This definition implies that the entrepreneur needs to orchestrate the necessary resources to pursue her business (or social) opportunities as to solve a problem.

In this introductory course in entrepreneurship, we will explore ways of thinking and ways of acting. Accordingly, we shall approach entrepreneurship as a mindset, an attitude, a way of managerial thinking. We shall also approach it as a behavior, an activity, a manageable process that can be applied in any organizational context.

This course will provide a broad overview of key topics and areas of focus in the discipline of entrepreneurship. It meant to serve an integrative role, bringing together all the pieces and parts of venture creation. Therefore, we will study and practice how something is created from nothing, in the process examining the interface between entrepreneurship and marketing, economics, technology, financing, logistics and operations, human resource management, ethics, and other key areas of an organization.

In this course, you will be asked to be an entrepreneur and develop a concept for a viable, scalable business opportunity as well as a detailed business plan. You will also be asked to critique – thoughtfully, kindly, but thoroughly – the business concepts of your fellow students. Therefore, you will be confronted with real-world situations and other opportunities to actually experience what it means to be an entrepreneur.

The main learning objectives of the course are to develop your skills at:

1. Understanding the nature of the entrepreneurial process and the many contexts in which that process applies.
2. Applying ideas and insights from a variety of disciplines and functional areas to the process





- involved in creating innovative concepts and new ventures.
3. Analyzing the requirements surrounding the creation of a new venture, the kinds of obstacles encountered, and approaches for overcoming those obstacles.
  4. Criticizing innovative concepts and ideas and the underlying opportunities that give rise to those venture ideas.
  5. Evaluating the main issues surrounding the implementation of an entrepreneurial idea.
  6. Evaluating opportunity recognition and assessment.
  7. Creating business plans that involve critical thinking and creativity in addressing problems that surround an entrepreneurial initiative.

## [2] Learning Methodology

To achieve these goals, we will use various learning techniques: lectures, reading assignments, case studies discussions, invented speakers and, most importantly, an applied project.

Department	Management
Instructor	Luiz Ricardo Kabbach de Castro
Instructor's Email	<a href="mailto:lkabbach@unav.es">lkabbach@unav.es</a>
Instructor's Office	TBD
ECTS	3
Type of course	Elective
Program	International Degree in Management
Office Hours	By appointment
Class Schedule   Classroom Location	<b>Thu – 15h00-16h45 - Classroom:</b> Amigos, Sótano 1, Aula B2
Semester   Year	Fall   2021
Course Website	ADI
Prerequisite Knowledge and Skills <i>(please contact me if you have not yet taken these or similar courses)</i>	It requires basic knowledge of management, accounting, finance, economics, statistics, and marketing.

## Competences

### Basic Competencies (Management and Economics)

BC3. Students should be able to gather and interpret relevant data (normally within their field of study) in order to make judgments that encompass consideration of relevant social, scientific, and ethical topics.

### General Competencies (Management and Economics)

GC5. Developing the capacity for independent critical thought on matters relevant to economics and business.

GC6. Communicating results and analyses useful in economics and business, both verbally and in writing.

### Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)



SC06. Acquiring and improving understanding of the practical aspects of business, including start-up, administration, and evaluation.

SC07. Acquiring a deeper understanding of and sharpening skills in fields of study particular to business activities, such as accounting, finance, project management, and quality control.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Management)**

SC08. Developing a more sophisticated understanding of accounting techniques.

SC09. Developing a more sophisticated understanding of finance techniques and practices.

SC10. Developing a more sophisticated understanding of business in theory and practice in areas such as administration and decision making.

SC11. Developing a more sophisticated understanding of basic tools for the planning, programming, and control that make the business activity possible.

## **Bibliography**

### **[3] Learning Resources and Activities**

There is no required textbook. The reader pack will be available in ADI with the minimum necessary readings and cases for this course.

#### **Articles and Book Chapters (required)**

- Michael Porter (1996), "What is Strategy?" Harvard Business Review, November-December 1996.
- Amar Bhide (1996), "The Questions Every Entrepreneur Must Answer," Harvard Business Review, November/December 1996, pp. 2-12 (reprint 96603).
- Stephen Spinelli Jr and Robert Adams Jr (2016), "The Entrepreneurial Mind." In New Venture Creation, McGraw Hill, pp. 29-39.
- Nalebuff B., Ayres, I. (2003). "Good Ideas and How to Generate Them," In Why Not? Harvard Business School Press, pp. 13-42.
- Rohan, D., Hornblower, J. (2008). "Identifying Venture Opportunities," Stanford Graduate School of Business Publishing, November 2008, pp. 1-16.
- Spinelli, S., Adams, R. (2016), "The Entrepreneurial Leader and the Team," In New Venture Creation, Chapter 8, pp. 195-204.
- Pierre Mornell (1998), "Zero Deficit Hiring," Accessible at <http://www.inc.com/magazine/19980301/889.html>
- David Besanko et al. (2015), "Industry Analysis," In Economics of Strategy, Chapter 8, pp. 247-275.
- David Besanko et al. (2005), "Sustaining Competitive Advantage," In Economics of Strategy, Chapter 11, pp. 349-382.
- Frank Cespedes, Thomas Eisenmann, Steven Blank (2012) "Customer discovery and validation for entrepreneurs," Harvard Business School Note 9-812-097, August 2012.
- Frank Cespedes (2012) "Customer visits for entrepreneurs" Harvard Business School Note 9-812-098, August 2012.
- Stig Leschly (2020), "Unit Economics in Startup Settings," Harvard Business School Note 9-820-092, December 2020.



- Thomas Eisenmann (2014), "Business Model Analysis for Entrepreneurs," Harvard Business School Note, Note 9-812-096, October 2014.
- W. Chan Kim, Renée Mauborgne (2005) "Creating Blue Oceans," in Blue Ocean Strategy, Harvard Business Publishing, Chapter 1, pp. 3-22.
- W. Chan Kim, Renée Mauborgne (2005) "Analytical Tools and Frameworks," in Blue Ocean Strategy, Harvard Business Publishing, Chapter 2, pp. 23-46.
- Michael Morris (2019), "The Nuts and Bolts of Great Business Plans," University of Florida.
- William Kerr, Ramana Nanda, James Macquade (2014), "Financing Entrepreneurial Ventures," HBS Core Curriculum, Entrepreneurship, 8072, September 2014.
- Kimberly D. Elsbach (2003), "How to Pitch a Brilliant Idea" Harvard Business Review, September 2003, (Reprint R0309), pp. 1-8.
- Alex Pentland (2009), "We can Measure the Power of Charisma," Harvard Business Review, Summer 2009, (Reprint F1001F) pp. 1-2
- Xiao-Ping Chen, Xin Tao, Suresh Kotha (2009), "Entrepreneur Passion and Preparedness in Business Plan Presentations: A Persuasion Analysis of Venture Capitalists' Funding Decisions" Academy of Management Journal, 52, p. 199-214.
- Arthur Thomson, Margaret Peteraf, AJ Strickland, & John Gamble, Guide to Case Analysis. In "Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases." 20<sup>th</sup> Edition, Columbus, OH: McGraw-Hill Education, 2016.

#### Case Studies (required)

Cola Wars Continue: Coke vs. Pepsi in the Twenty-First Century.	[1]	HBS: 9-702-442	Soft Drink
From Hand-held to Smart Phones - The Pioneers of Palm Inc.	[2]	Richard Ivey School of Business: W11355	Technology
Zipcar: Refining the Business Model	[3]	HBS: 9-803-096.	Transportation
The Marvel Way: Restoring the Blue Ocean	[4]	INSEAD: IN 1182.	Entertainment
Pack-ITS	[5]	Richard Ivey School of Business: 908N27	Food Retail

#### Books (Recommended)

- Blank, S., Dorf, B. (2020). The Start-Up Owner's Manual. John Wiley & Sons.
- Metrick, A., Yasuda, A. (2011). Venture Capital & The Finance of Innovation, 2nd Edition, John Wiley & Sons.
- Morris, M. (2019). Nuts and Bolts of Great Business Plans. University of Florida Entrepreneurship Program.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010), Business Model Generation. John Wiley & Sons.
- Ries, E. (2011), The Lean Startup. Currency, NY.
- Spinelli, S., Adams, R. (2016). New Venture Creation, 10th Edition, McGraw-Hill Publishing.

## Program

### [4] Course Schedule

#### Module 1 – Introduction to Entrepreneurship

#### Presentation of the course and Introduction to entrepreneurship.



---

## Entrepreneurship and strategy: Value chain and the activity system

---

### The entrepreneurial mindset

#### Module 2 – Evaluating Opportunities

##### Opportunity Recognition

---

### Developing venture teams

---

**Industry-level analysis:** An evaluation a company's external environment – industry structure, competitive forces, and strategic groups.

---

**Firm-level analysis:** An evaluation a company's resources, capabilities, and competitiveness.

---

### Initial Vetting (Interviews and Research)



#### Module 3 – Modeling a Business

##### Business Model Generation

---

### Business Model Innovation



#### Module 4 – Business Planning, Financing, and Presenting

##### From Business Models to Business Plan – Putting the Ideas and Numbers Together

---

### Understanding the sources of financing for new ventures

---

Understanding the structure and elements of a successful venture pitch to investors.

### **Activities**

---

Classes: 30 hours

Individual study: 20 hours

Team study: 25 hours

### **Assessment**

#### **[5] Assessment and Grading**

The final grading is composed of the following assessments:

<b>Individual Assessment</b>	<b>40%</b>
5.1 Attendance & Participation (Individual)	20%
5.2 Discussion Questions from Readings (Individual)	10%
5.3 Personal Entrepreneurial Strategy (Individual)	5%



5.4 Individual Idea (Individual)	5%
<b>Team Assessment</b>	<b>60%</b>
5.5. Case Reports (Teams)	20%
5.6. Applied Project – Business Plan (Teams)	40%
Pitch	15%
Written Assignment (Individual Grade = Team Grade x Weighting Factor (b))	25%

Evaluation in the "**Extraordinary Call**" considers the following criteria.

- 60% your final grade in the class.
- 40% an essay in which the student will perform a business plan analysis of a venture.



**Asignatura: Equity Investment and Portfolio Management\_20  
(F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Introduction**

<https://asignatura.unav.edu/equity-investment-and-portfolio-management20-f-economicas/>

# **Equity Investment and Portfolio Management\_20 (F. Económicas)**

---

- **Course description:**

The aim of this course is to help students gain a strong understanding of the basic valuation techniques used by professionals. Students will develop a habit for analyzing the macro-level forces as well as the company-level value drivers of a company's future performance.

- **Type:** Mandatory for Finance and Accounting students
- **ECTS:** 3
- **Year and Semester:** Second year, First semester
- **Language:** English
- **Degree:** Degree in Management with Specialization in Finance and Accounting
- **Módulo y materia de la asignatura:** Optativas, Optativas específicas del perfil Finance and Accounting
- **Professor in charge:** Carmen Aranda
- **Other professors:** None

## **IMPORTANT NOTICE:**

**This course starts on Monday, Oct 25<sup>th</sup>**

**It will be taught on an intensive manner from this date until the end of the fall semester.**

**If you are an international student or if this is an elective course for you, make sure you can attend all classes. If for some reason this is not the case, I recommend you choose a**



**different course.**

**It will have 6 hours of class per week, again starting Monday , Oct 25<sup>th</sup>, with timetable and room detailed below.**

- **Timetable and Rooms:**

**Mondays from 10:00am to 12:00. Room: Amigos 05**

**Wednesdays from 10:00 am to 12:00. Room: Amigos 03**

**Thursdays from 8:00 am to 10:00 am. Room: Amigos M2**

### **Competences**

SSOP22: Know about and manage advanced tools and techniques to value financial assets

SSOP23: Gain an in-depth knowledge of the workings of financial markets

### **Course Outline**

Topic 1: Overview of equity securities

- Equity securities in global financial markets
- Types and characteristics of equity securities: common and preference shares
- Risk and return characteristics of equity securities

Topic 2: Equity markets: Characteristics and institutions

- Regulators of equities markets
- Exchange market for listed stocks
- Exchange market for unlisted stocks
- Alternative trading systems
- The players: households, nonfinancial corporations, governments, depository institutions, institutional investors, securities brokers and dealers, etc

Topic 3: Industry and company analysis

- Uses of industrial analysis
- Approaches to identifying similar companies
- Describing and analyzing an industry
- Company analysis



#### Topic 4: Equity valuation

- Estimated value and market price
- Present value models: dividend discount models
- The method of comparables
- Asset-based valuation
- Free cash flow valuation

#### Topic 5: The valuation process

- Understanding the business
- Forecasting company performance
- Selecting the appropriate valuation model
- Converting forecasts to a valuation
- Applying the valuation conclusion: The analyst's role and responsibilities
- Communicating valuation results
- Research reporting responsibilities

#### Topic 6: Return concepts

- Holding period return
- Realized and expected (holding period) return
- Required return
- Expected return estimates from intrinsic value estimates
- Discount rate
- Internal rate of return

#### Topic 7: Evaluating portfolio performance

- Total rate of return
- The time-weighted rate of return
- The money-weighted rate of return
- The linked internal rate of return
- Annualized return

#### Topic 8: Portfolio risk and return

- Risk aversion and portfolio selection





- Portfolio risk
- Efficient frontier and investor's optimal portfolio
- Capital market theory
- Pricing of risk and computation of expected return
- The Capital Asset Pricing Model (CAPM)
- Beyond the Capital Asset Pricing Model
- Presentation of performance results

#### Topic 9: The Portfolio management process and the investment policy statement

- Investment management
- The portfolio perspective
- Portfolio management as a process
- The Portfolio management process logic
- Definition of portfolio management
- Investment objectives and constraints
- The dynamics of the process

#### Topic 10: Managing individual investor portfolios

- Investor characteristics
- Investment policy statement
- Setting return and risk objectives
- Constraints

#### Topic 11: Managing institutional investor portfolios

- Pension funds
- Defined-benefit plans: Background and investment setting
- Defined-contribution plans: Background and investment setting
- Hybrid and other plans
- Foundations and endowments
- The insurance industry
- Banks and other institutional investors

#### Topic 12: Risk management



- Risk management as a process
- Risk governance
- Identifying risk: market risk, credit risk, liquidity risk, operational risk, etc.
- Measuring risk
- Managing risk

## Educational Activities

Posted on the restricted area for students.

## Assessment

December announcement:

December announcement	% of total grade	Points over 10
"Take-home" Tests	25%	2.5 points
"In-class" Tests	20%	2 points
Class participation	10%	1 point
Final Exam (December 7)	45%	4.5 points

- "In-class" Tests: There will be several "In-class" pop quizzes. Only absent students with a medical certificate will be allowed to rescheduled the pop quizzes.
- Class participation: participation will be regularly taken. With two absences, participation grade will be 0.5 points. With three or more absences participation grade will be 0. No excuses.
- Final exam: **Date: December 7th. Time and class TBA.** The exam will consists of between 40-55 multiple choice questions, following the structure of the CFA, Level 1 exam. A minimum grade of 4.5 is mandatory to apply the percentages specified in the assessment system. In case this minimum grade is not achieved, the grade of this final exam will be the grade for the subject.

June announcement:

June announcement	% of total grade	Points over 10
Class participation	10%	1 point
In Person Exam (June 15th)	90%	9 points

## CALCULATOR POLICY

Students are allowed to bring to exams only the calculators models allowed by CFA



Universidad  
de Navarra

Institute exams.

## **Bibliography and Resources**

Consult the restricted are called "LBL plan"

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

## **Office Hours**

To book a slot, please fill in the information in the following excel file ([LINK](#))



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: EXCEL Y VBA para toma de decisiones A (F.  
Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

### **Actividades formativas**

Esta información estará disponible para finales de agosto

### **Contenidos**



**Asignatura: Family Business\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Introduction

<https://asignatura.unav.edu/family-business20-f-economicas/>

## **Family Business\_20 (F. Económicas)**

---

### **Introduction and learning objectives**

“One of my key objectives is to ensure the family is proud of the company and feels a part of it. The moment the company becomes more of a financial investment for the family, we may as well go public, honestly. The family never sees the value of the equity because that gets passed on. We see ourselves simply as a steward of that equity as it moves from one generation to the next.”

– H. Fisk Johnson, fifth-generation Chairman and CEO of S.C. Johnson & Son (Wall Street Journal, March 10, 2016).

Most companies worldwide are controlled by their founders or founding families, including small businesses and privately held companies, and more than two-thirds of publicly listed firms (Poza and Daugherty, 2014). Family control brings challenges and opportunities for both business and multi-stakeholder groups.

In this context, the Family Business Management course aims to educate and prepare managers for the specificities of family businesses, which have a significant economic and social impact around the world, but at the same time lack good managerial techniques and theoretical concepts to perform and endure over generations.

The course will address topics about the idiosyncrasies of management, structure, governance, and strategy in family businesses so that the student can critically and through different methodologies, analyze the business challenges and problems in the day-to-day management of a family business.

### **The goals of the Family Business course are, therefore, to develop your skills at:**

1. Identifying the distinctive characteristics of family businesses that differentiate them from other types of organizations.
2. Understanding the theoretical logics of management and governance in family businesses.
3. Evaluating the stage of the family business in its different dimensions, namely: (a) family), (b) business, and (c) ownership.
4. Identifying managerial and governance problems and proposing solutions in the context of family businesses.
5. Applying managerial tools to improve communication and reduce conflicts between the various stakeholders in family businesses.

We will emphasize developing practice-oriented general management skills, aiming to integrate theoretical concepts of different disciplines such as microeconomics, accounting, finance, law, and



strategy that have practical implications for family business management.

The course will draw, primarily, upon economic and sociological thinking through a series of case studies discussions and lectures. We will discuss the enduring principles of management in the context of family firms.

**This course will provide students with an opportunity to develop the following skills:**

- Apply the essential elements of core business principles to analyze and evaluate problems and to construct solutions in the family business environment.
- Employ appropriate analytical models and apply critical reasoning processes to evaluate evidence, select among alternatives, and generate creative options to advance effective decision-making.

## **Learning Methodology**

To achieve these goals, we will use various learning techniques: lectures, reading assignments, team project, presentations, and, most importantly, case studies discussion.

## **Learning Resources**

Textbook (Required).

Ernesto Poza & Mary Daugherty, Family Business, 4th Edition, South-Western Cengage Learning, Mason: OH, 2014. [EP]

Selected articles and case studies will be available in ADI.

- **Type: Required**
- **ECTS: 3**
- **Course and semester: 2nd - 2nd**
- **Language: English**
- **Título: International degree of Management**
- **Módulo y materia de la asignatura: Elective and Specific Elective**
- **Professor: Luiz Ricardo Kabbach - lkabbach@unav.es**
- **Timetable: Thursdays - 10h-12h**
- **Room: Ed. Amigos, First Floor (Planta Baja- P0), Aula 01**

## **Competences**

GC1. To be familiar with different areas of the theory and/or application of economic analysis.

GC4. To use independent critical reasoning on relevant topics in economics and business.

GC6. To be familiar with the different contexts in which their work is carried out: the circumstances, markets and historical, legal, or human context.

SC12. To provide a well-argued critical defense of one's own ideas on economic and/or business topics.

## **Program**

### **Module 1 – Family Business Nature and Value**

Introduction to the course and the nature and importance of family firms: what it is, what makes it unique.

---

Conceptual models of family businesses: Sociological and economic theories.

---



Do family ownership, control, and management create or destroy value?

**Module 2 – Managing the Family Firm**

Managing shareholder conflict and family dynamics.

---

Strategy in the family business system: the dual approach.

**Module 3 – Governing the Family Firm**

Governance in the family business system: management, family (family council and constitution), and the board.

---

Family business succession.

**Activities**

Classes: 30 hours

Individual work: 20 hours

Analysis of cases: 25 horas

**Assessment**

Teamwork:

Case Reports (Teams)	20%
Applied Project (Teams)	30%
Final Presentation	10%
Written Assignment (Individual Grade = Team Grade x Weighting Factor (b))	20%

Individual:

Attendance & Participation (Individual)	15%
Donuts (Quizzes) (Individual)	15%
Discussion Questions for Conceptual Classes (Individual)	20%

**Bibliography and resources**

Bibliografía y recursos.

**Learning Resources**

**Textbook**

Ernesto Poza & Mary Daugherty, Family Business, 4th Edition, South-Western Cengage Learning, Mason: OH, 2014. [EP] [Find it in the library](#)

**Complementary Readings**

**Kelin Gersick, John Davis, Marion McCollom Hampton & Ivan Lansberg, Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business, Harvard Business School Press, Cambridge, MA. [GDML]**

**Leif Melin, Mattias Nordqvist, & Pramodita Sharma, The SAGE Handbook of Family Business, SAGE Publications Ltd, Thousand Oaks: CA, 2014. [MNS]**

**Monica McGoldrick, Randy Gerson, & Sueli Petry, Genograms: Assessment and Intervention, 3rd Edition, New York: W.W. Norton&Company, 2007 [MGP]**

Bernard Garrette, Corey Phelps, & Olivier Sibony, Cracked it! How to solve big problems and sell solutions like top strategy consultants. London, UK: Palgrave MacMillan. <http://cracked-it->



Universidad  
de Navarra

[book.com/resources/](http://book.com/resources/)

**Selected articles will be available in ADI.**

**Case Studies.**

1. The Pitcairn Family Heritage Fund (HBS 208073)
2. J. Pérez Foods (HBS 801-147)
3. The Mitchell Family and Mitchell Richards (HBS 605047)
4. Bentington Industries (HBS 806115)
5. Precista Tools (A) and (B) (HBS 488-046 and 488-047)

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

**Office hours**

Horarios de atención





## **Asignatura: Financial Derivatives (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

### **Introduction**

<https://asignatura.unav.edu/finanderivateconom/>

Financial Derivatives (year 21/22)

Topic of the course: This course is focused on the following financial derivative products: forward, futures, option, and swap contracts. The course provides an introduction to these financial assets and discusses some topics related to their pricing, trading strategies, and risk management of portfolios using financial derivatives.

- Professor: Jessica Alfaro
- Course: Financial Derivatives
- Type of course: Elective
- Number of ECTS Credits: 6
- Taught in: English
- Semester: Second
- Time period of classes: January - May 2022
  
- Time and location of classes: Mondays 12:00 - 15:00 - Room 07 - Edificio de Amigos

### **Program**

#### 1. Introduction to derivative markets and instruments

- Derivatives and derivatives exchanges
- Major types of derivatives
- Usefulness, pros and cons of derivative markets

#### 2. Forward markets and contracts

- Definition, payments, parties and risks
- Settlement and termination of positions in a forward contract
- Equity and bond forward contracts
- Forward rate agreements (FRAs)
- Currency forward contracts

#### 3. Futures markets and contracts

- Definition, payments, parties, and characteristics
- Daily settlement and margins
- Comparison of forward and futures contracts



- Convergence of futures prices to spot price and arbitrage opportunities
- Strategies using futures (hedging vs. speculation)
- Basis risk
- Treasury bills, Eurodollar, Treasury bond, stock index and currency futures contracts.

#### 4. Determination of forward and futures prices

- Cash and carry arbitrage valuation
- Value of a forward contract prior to expiration
- Pricing of equity forward, fixed income forward, currency forward and forward rate agreement contracts
- Pricing treasury bills, Eurodollar, Treasury bond, stock index and currency futures contracts.

#### 5. Option markets and contracts

- Call/put options, European/American options, and option positions
- Types of options in terms of underlying instruments
  - Foreign currency options, index options, interest rate options, bond options, options on futures and commodity options
  - Interest rate caps, floors, and collars
- Option payoffs Upper and lower bounds for option prices
  - Moneyness
  - Intrinsic value, time value and their relationship
- Factors affecting option prices
- Put-call parity
- Risk management applications of option strategies
- Pricing interest rate options and options on assets using one period binomial models
- Introduction to Black-Scholes-Merton Model

#### 6. Swap market and contracts

### **Competences**

The objectives of this course are as follows. First, to give a general overview of the financial derivatives contracts and markets. Second, to explain the concept, payments, parties, functioning, and risks of the forward, futures, and option contracts. Third, to present different types of forward, futures, and option contracts according to the underlying asset and to explain trading and risk management strategies based on these contracts. Fourth, to explain how to price different types of forward, futures, and option contracts in discrete time and continuous time frameworks. Fifth, to explain other financial derivatives such as currency swaps, interest rate swaps or credit derivatives swaps. Sixth, to use Excel and other programming packages to solve practical exercises related to pricing derivatives.

The competences that correspond to the content, methodology, and evaluation of this course are the following:

#### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way.



They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

### **General Competencies (Management and Economics)**

GC6. Communicating results and analyses useful in economics and business, both verbally and in writing.

GC7. Knowing the different settings in which work is done: circumstances and markets, as well as historic, legal and humanistic contexts.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)**

SC06. Acquiring and improving understanding of the practical aspects of business, including start-up, administration and evaluation.

SC07. Acquiring a deeper understanding of and sharpening skills in fields of study particular to business activities, such as accounting, finance, project management and quality control.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Management)**

SC08. Developing a more sophisticated understanding of accounting techniques.

SC09. Developing a more sophisticated understanding of finance techniques and practices.

## **Assessment**

May:

- Homework: 10 percent
- Group trading game and presentation: 15 percent
- Participation and attendance: 10 percent
- Midterm exam: 25 percent
- Final exam: 40 percent

June (extraordinary):

- Homework: 10 percent
- Midterm exam: 20 percent
- Final exam: 70 percent

\*Subject to change with class structure

## **Bibliography and Resources**

### **Main reference:**

Hull: *Options, Futures, and Other Derivatives (Global Edition)* Prentice Hall (9th or 8th Edition) [Find it in the Library](#)



Power Point slides, Excel files, and other materials uploaded to the ADI website

Weekly reading of The Wall Street Journal or Financial Times, among other news sources

**Other references:**

Lewis, 2010. *The Big Short*. [Find it in the Library](#)

Baxter and Rennie, 1996. *Financial Calculus: An Introduction to Derivative Pricing*, New York : Cambridge University Press. [Find this book in the Library](#)

Baz and Chacko, 2004. *Financial Derivatives: Pricing, Applications and Mathematics*, Cambridge. [Find this book in the Library](#)

Bodie, Kane, and Marcus, 2009. *Investments*, McGraw-Hill, New York. [Find this book in the Library](#)

Hunt and Kennedy, 2000. *Financial Derivatives in Theory and Practice*, John Wiley and Sons, Chirchester. [Find this book in the Library](#)

Kolb and Overdahl, 2003. *Financial Derivatives*, John Wiley and Sons, New Jersey. [Find this book in the Library](#)

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

## **Office Hours**

Office Hours: To be determined

Office is located at 2300, 2ª planta Hilera, Edificio Amigos and the office phone number is 803434.

Please email in advance if you plan to attend office hours.

## **Educational activities**

**Content:**

The content of the course consists of a general introduction to derivatives contracts and markets and five topics that refer to the four different types of derivatives: forward contracts and futures, options, and swaps.

**Structure of the lectures and tutorials:**

To be determined

**Homework:**

Homework will be posted in ADI at least one week before the deadline. A copy of the homework will be handed in to the professor at the beginning of the class. The problem sets should be done individually, and they will be solved in class by the professor with student participation. Students will participate in a CME trading challenge in teams and may give presentations with their teams. Class participation will be



Universidad  
de Navarra

mandatory and case studies, articles, video clips, business snapshots from the book etc. may be used.

**Exams:**

There will be a final exam at the end of the course that will last 3 hours and a mid-term exam.



**Asignatura: Fixed Income\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Introduction

<https://asignatura.unav.edu/fixed-income20-f-economicas/>

## **Fixed Income**

---

- **Course description:**

Fixed- income securities continue to represent the largest capital market segment in the financial ecosystem and the primary means in which institutions, governments, and other issuers raise capital globally. Institutions and individuals use fixed- income investments in a wide range of applications including asset liability management, income generation, and principal preservation. The aim of this course is to help students develop the necessary skills to understand the main features, valuation, and risk measures of the different types of fixed-income securities in the market place. Topics include the term structure of interest rates and portfolio management strategies, such as duration, convexity, and immunization. Topics covered in this course are included on the CFA exam, Level 1.

- **Type:** Mandatory for Finance and Accounting students
- **ECTS:** 6
- **Year and Semester:** Second year, First semester
- **Language:** English
- **Degree:** Degree in Management with Specialization in Finance and Accounting
- **Módulo y materia de la asignatura:** Optativas, Optativas específicas del perfil Finance and Accounting
- **Professor in charge:** Carmen Aranda (maranda@unav.es)
- **Other professoors:** None

### **IMPORTANT NOTICE:**

**The course will be taught in an intensive manner during the first 7-8 weeks of the semester; the remaining weeks will be dedicated to the subject "Equity Valuation and Portfolio Management". More info to be provided during the first class.**



## **Don't miss it!!!!**

**If you are an international student or if this is an elective course for you, make sure you can attend all classes. If for some reason this is not the case, I recommend you choose a different course.**

- **Timetable and Rooms:**

**Mondays from 10:00am to 12:00. Room: Amigos 05**

**Wednesdays from 10:00 am to 12:00. Room: Amigos 03**

**Thursdays from 8:00 am to 10:00 am. Room: Amigos M2**

## **Competences**

SSOP22: Know about and manage advanced tools and techniques to value financial assets

SSOP23: Gain an in-depth knowledge of the workings of financial markets

## **Course Outline**

**FOR A DETAILED CONTENT AND TIMELINE OF THE COURSE, STUDENTS SHOULD VISIT THE SECTIONS "COURSE ROADMAP" AND "SYLLABUS & LBL PLAN" IN THE RESTRICTED AREA OF ADI**

Topic 1: Overview of fixed-income securities

- Basic features
- Bond indenture
- Yield measures
- Structured of bonds' cash flows: coupons and principal repayment
- Bonds with contingency provisions: callable and puttable and convertible bonds.

Topic 2: Fixed income markets

- Global Fixed-Income markets
- Primary and Secondary Markets

Topic 3: Fixed-income valuation

- Bond Prices and the Time Value of Money



- Bond pricing with spot rates
- Yield-to-Maturity
- Invoice (Full price), clean (flat price) and accrued interest
- The Yield curve (Term structure of interest rates)
- Yield spreads
- Credit scores and credit ratings

#### Topic 4: Fixed-income risk and return

- Sources of return
- Interest rate risk
- Bond duration
- Properties of bond duration
- Duration of portfolios
- Bond convexity
- Bond credit/Default risk

### Educational Activities

Posted on the restricted area for students.

### Assessment

December announcement:

December announcement	% of total grade	Points over 10
"Take-home" Tests	25%	2.5 points
"In-class" Tests	20%	2 points
Class participation	10%	1 point
Final Exam (Oct. 15 <sup>th</sup> )	45%	4.5 points

- "In-class" Tests: There will be several "In-class" pop quizzes. Only absent students with a medical certificate will be allowed to rescheduled the pop quizzes.
- Class participation: participation will be regularly taken. With two absences, participation grade will be 0.5 points. With three or more absences participation grade will be 0. No excuses.
- Final exam: **Date: Friday, Oct. 15<sup>th</sup>. Time and class TBA.** The exam will consists of between 40-55 multiple choice questions, following the structure of the CFA, Level 1 exam. A minimum grade of 4.5 is mandatory to apply the percentages specified in the assessment system. In case this minimum grade is not achieved, the grade of this final exam will be the grade for the subject.





**June announcement:**

<b>June announcement</b>	<b>% of total grade</b>	<b>Points over 10</b>
Class participation	10%	1 point
Final Exam	90%	9 points

**Bibliography and Resources**

Consult the restricted are called "LBL plan"

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

**Office Hours**

To book a slot, please fill in the information in the following excel file [\(LINK\)](#)

Office number: 3070



**Asignatura: Gestión de Proyectos\_20 (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Competencias**

Este curso tiene como objetivo hacer que los estudiantes puedan gestionar un proyecto de cualquier tipo de disciplina, gestionando su personal, clientes, proveedores y otras partes interesadas para obtener los objetivos de alcance, planificación y costo requerido.

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

### **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 específicas**

- CE6 - Conocer la lógica económica de la actividad del Sector Público y ser capaz de juzgar sus resultados
- CE7 - Aplicar una perspectiva histórica al estudio de los fenómenos económicos

### **Competencias específicas para asignaturas optativas**

- CE10) Conocer de forma más avanzada aspectos teórico-prácticos de la empresa, como por ejemplo en la administración y toma de decisiones
- CE11) Conocer de forma más avanzada de los instrumentos fundamentales para la planificación, programación y control que soportan las actividades de la empresa

## **Programa**

### **TEMA 1: INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE PROYECTOS**

- Posicionamiento de la Gestión de Proyectos
- Herramientas a utilizar
- Definiciones y características.
- Proyectos vs Operaciones
- Ciclo de vida de un proyecto.



## TEMA 2: FASE INICIACIÓN

- Gestión de Interesados
- Defensa de la Oportunidad
- Factores de selección

## TEMA 3: PLANIFICACIÓN, ALCANCE Y RRHH

- Objetivos de la Planificación
- Características de la Planificación
- Definición y creación de la EDT (WBS)
- Composición y habilidades del equipo de proyecto
- Diseño de la OBS (Organizational Breakdown Structure)
- Gestión del Cambio

## TEMA 4: GESTIÓN DEL TIEMPO

- Secuenciación de actividades
- WBS y precedencia
- Diagrama de GANNT
- Diagrama de PERT

## TEMA 5: COSTES Y ADQUISICIONES

- Procesos de gestión de costes
- Presupuestación
- Problemas en la estimación de costes
- Procesos y tipos de adquisiciones
- Negociación
- Registro de adquisiciones

## TEMA 6: GESTIÓN DE RIESGOS

- Procesos de la gestión de riesgos
- Estrategias reactivas vs proactivas
- Diseño de la RBS (Risk Breakdown Structure)
- Análisis Cualitativo y Cuantitativo
- Planificación de respuestas a riesgos

## TEMA 7: CALIDAD Y CIERRE

- Sistemas de Gestión de Proyectos
- Metodología de Implantación
- Plan de Calidad
- Cierre administrativo y documental
- Lecciones aprendidas
- Acta de Cierre



## Evaluación

Convocatoria ordinaria:

1. Valoración de la participación, trabajos en grupo y ejercicios individuales: 60%. Se debe obtener al menos el 50% de los puntos de este apartado para aprobar la asignatura.
2. Examen final: 40%. Se debe obtener al menos el 50% de los puntos de este examen para poder aprobar la asignatura. En caso contrario la nota final será la calificación del examen reescalada sobre 10 puntos.

Convocatoria extraordinaria: Examen final: 100%. Se debe obtener al menos el 50% de los puntos de este examen para poder aprobar la asignatura.

## Bibliografía y recursos

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

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

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

## Horarios de atención

El profesor estará a disposición del alumno, tanto por correo electrónico, como presencial, como por videoconferencia.

Se acordará la hora con el alumno.



**Asignatura: Gestión de Ventas (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

### **Breve descripción de la asignatura:**

Los vendedores juegan un papel muy significativo tanto en la empresa como en la sociedad en general. Todas las empresas, por muy pequeñas que sean, cuentan con al menos un vendedor, o en su defecto, alguien responsable de las tareas comerciales. Además, la fuerza de ventas, debido a su estrecho contacto con el mercado, es la referencia más importante que el comprador posee de la empresa, sobre todo cuando se trata de la venta de servicios y en mercados inter-organizacionales. En un contexto de complejidad creciente como el actual, la gestión eficaz de la fuerza de ventas constituye un reto y a la vez una necesidad de cara a mantener una diferenciación competitiva real y sostenible. El objetivo general de esta asignatura es analizar los elementos que permiten lograr una fuerza de ventas eficaz, como componente clave del esfuerzo total de comercialización de la empresa. Los objetivos del curso incluyen la comprensión del proceso de ventas, la relación entre ventas y marketing, la estructura de la fuerza de ventas y los temas relacionados con el reclutamiento, la selección, la capacitación, la motivación y la retención del personal de ventas. Dada la especial relevancia de los temas éticos en el mundo de las ventas, la dimensión ética se aborda de forma transversal en toda la asignatura.

### **Características:**

- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 3
- **Curso y semestre:** 3º /4º Grado ADE; 1º semestre
- **Idioma:** Castellano
- **Título:** Gestión de Ventas
- **Módulo:** Marketing
- **Profesor responsable de la asignatura:** Alfredo Vergara Ezcurra
- **Horario:**Viernes, de 15:30 a 17:30
- **Aula:** B2

## **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.

CG4 - Trabajar en equipo

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

CG6 - Saber comunicar oralmente o por escrito resultados y análisis de utilidad en lo económico y empresarial.

### **Competencias específicas**

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

## **Programa**

Tema 1. Marketing y ventas. El proceso de ventas

Tema 2. Organización del esfuerzo de ventas. Los territorios de ventas.

Tema 3. Rendimiento de los agentes de ventas. Evaluación del rendimiento de ventas.

Tema 4. Reclutamiento y selección del personal de ventas

Tema 5. Cualificación, socialización y formación de los agentes de ventas

Tema 6. Motivación y control de la fuerza de ventas

## **Actividades formativas**

Esta información estará disponible para finales de agosto

## **Evaluación**

La evaluación será continua con trabajos individuales, valoración de la participación en clase y un trabajo grupal. El trabajo grupal es el 70%, el trabajo individual el 20% y la participación en clase el 10%

## **Bibliografía y recursos**

### **Bibliografía Básica**



- Román Nicolás, Sergio; Küster, Inés (2014) "Gestión de la venta personal y de equipos comerciales". 1ªed. Madrid : Paraninfo. [Localízalo en la Biblioteca](#)

- García Bobadilla, Luis Mª (2009): + Ventas. Editorial ESIC, 3ª Edición. [Localízalo en la Biblioteca](#)

### **Bibliografía complementaria**

Artal, M. (2012), Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. Esic. Madrid. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Cámara, D.; Sanz, M. (2001): Dirección de ventas. Vender y fidelizar en el nuevo milenio, Prentice Hall, Madrid. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Díez de Castro, E; Navarro García, A.; Peral Peral, B. (2003). Dirección de la fuerza de ventas. Editorial ESIC. [Localízalo en la Biblioteca](#)

Küster, I.; Román, S. (2006): Venta personal y dirección de ventas, Editorial Thomson.

Johnston, M.W.; Marshall, G.W. (2009): Sales Force Management, 10th edition, McGraw-Hill International Edition [Localízalo en la Biblioteca](#)

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

### **Horarios de atención**

El horario de atención a los alumnos será media hora antes de la clase o al finalizar la clase siempre bajo solicitud con anterioridad vía mail.



**Asignatura: Gobierno Corporativo (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/gobierno-corporativo-econom/>

## **Gobierno corporativo**

**Breve descripción de la asignatura:** Se introduce al alumno en el papel que desempeñan los agentes que intervienen y los mecanismos de gobierno de las sociedades cotizadas, presentando asimismo los códigos de buen gobierno existentes, la información que ofrecer al mercado y las prácticas sobre responsabilidad social corporativa.

- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 6
- **Curso y semestre:** Primer semestre, segundo ciclo
- **Idioma:** Español
- **Título:** ADE, ECO
- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:** D. Isidro Abad
- **Horario:**
  - 11:00-14:00
- **Aula:** Edificio Amigos, Aula 9

## **Competencias**

Genericas:

- CG2: Capacidad de organizacion y planificacion del trabajo
- CG6: Trabajo en equipo para la resolucion de problemas
- CG8: Compromiso etico en aplicacion de normativa contable y de auditoria
- CG9: Aprendizaje autonomo sobre nuevas disposiciones normativas
- CG10: Adaptacion a nuevas situaciones y transacciones economicas

Generales

- CG1-. Capacidad de análisis y síntesis.
- CG2-. Capacidad de organización y planificación.
- CG3- Comunicación oral y escrita en lengua nativa.





CG6-. Capacidad de gestión de la información.

CG10-. Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar.

CG11-. Trabajo en un contexto internacional.

CG14-. Razonamiento crítico.

CG15-. Compromiso ético.

CG22-. Sensibilidad hacia temas medioambientales.

#### Específicas

CE13-. Capacidad de transmitir y comunicarse por escrito y oralmente, con terminología las técnicas adecuadas.

CE14. Capacidad de aplicar las tecnologías de la información y de la comunicación.

CE17-. Capacidad de realizar análisis y diagnósticos, prestar apoyo y tomar decisiones en materia de estructura organizativa.

CE31-. Capacidad para procesar documentación administrativo-contable.

CE33-. Capacidad para interrelacionar distintas disciplinas

CE35-. Aplicar los conocimientos a la práctica.

## Programa

### **GOBIERNO CORPORATIVO – CURSO 20/21**

1. Gobierno Corporativo: elementos básicos
  - a. Teoría de la agencia
  - b. Arquitectura de gobierno
  - c. Descripción funcional
2. El Consejo de Administración
  - a. Funciones y responsabilidades
  - b. Organización del Consejo
  - c. Tamaño del consejo
3. Consejo de Administración y tipo de organización
  - a. Corporación
  - b. PYME



- c. Empresa familiar
4. Composición del Consejo
  - a. Rol del Presidente
  - b. Tipos de Directores
  - c. Matriz de competencias
  - d. Selección de miembros del consejo
5. Los Directores Independientes
6. Relaciones Consejo y Dirección
  - a. Selección de altos directivos
  - b. Resolución de conflictos
  - c. Relevo
7. Comités del Consejo de Administración
  - a. Comité de Remuneración
  - b. Comité de Nombramientos
  - c. Comité de Financiación
  - d. Comité de Auditoría
  - e. Comités específicos (riesgos, clientes, estrategia...)
8. Operativa del Consejo de Administración
  - a. Dinámica de funcionamiento
  - b. Arquitectura de la información
  - c. Agenda del Consejo
9. El Consejo de Administración y la estrategia de la organización
  - a. Role estratégico y configuración del consejo
  - b. Elaboración del Plan Estratégico
  - c. Implementación de la estrategia
10. Retribución de los consejeros
11. Evaluación del Consejo de Administración
12. Relaciones con accionistas e inversores

## **Actividades formativasEvaluación**

- La evaluación estará basada en trabajo en grupo (40%), examen (40%) y participación en clase (20%). A lo largo del curso se proveerá feedback sobre participación individual.
- Se pasará lista de asistencia a clase.

## **Bibliografía y recursos**

El seguimiento adecuado del temario de la asignatura requerirá –además de las correspondientes presentaciones del profesor durante las clases– de la lectura de diferentes textos (libros, artículos y noticias de prensa, informes empresariales, etc.).



Universidad  
de Navarra

Las lecturas podrán ser de carácter obligatorio –necesarias para aprobar la asignatura– u opcionales (recomendables para ampliar el conocimiento en el tema de que se trate). Se indicarán puntualmente.

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

### **Horarios de atención**

Esta información estará disponible para finales de agosto



**Asignatura: Human Resources (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Overview**

<https://asignatura.unav.edu/humanresourceseconom/>

## **Human Resources (F. ECONÓMICAS)**

---

### **Short description of the subject:**

During your careers, you will need to work *for* and *with* other people; you will also *supervise* other people. An understanding of the human side of organizations is a key complement to the technical skills you are acquiring in other core business areas. This course is an introduction to the basic concepts and current topics in human resource management (HR) and organizational behavior (OB).

The emerging new world of work is characterized by technological pervasiveness, flexibility, uncertainty, and resilience: because of the pandemic hit, work will never be the same. We will analyze and discuss how jobs, supervisors, and organizations may improve-or not- after the crisis.

This course is designed to attain three main objectives:

- Increase your knowledge of basic HR and OB concepts so that you can understand and analyze how organizations and the people within them work.
- Give you opportunities to apply HR and OB concepts to real-life challenges
- Develop your leadership potential. Effective leaders must be able to diagnose issues, communicate clearly, make well-informed decisions, influence and motivate others.

**Type of course:** Open Elective

**ECTS:** 6

**Term:** 2nd half year

**Language:** English

**Title:** Human Resources (management)



**Lecturer:** Sebastien Fosse

**Scheduling:** see [web](#)

**Room:** \_\_\_\_\_

## Syllabus

The course focus on HR and OB at the three levels: individual, interpersonal, and organizational. We will start at the individual level, studying decision-making, motivation, and personality. We will then move up to the interpersonal level, studying networks, influence and negotiation. Finally, we will turn to the collective level, covering groups and organizations.

### CLASS SCHEDULE

Date	Topic	Readings & Assignments
S1: Jan. 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction to HR and OB.</li> <li>• <i>The Ordinary Heroes of the Taj</i></li> </ul>	

#### Level 1: Individual

S2: Jan. 20	Decision-Making I: Heuristics and Biases  <a href="#">Organizational Behavior Simulation:            Judgment in a Crisis</a>	Hammond, J. S., Keeney, R. L., & Raiffa, H. (1998). The hidden traps in decision making. <i>Harvard Business Review</i> , 76(5), 47–48
S3:	Decision-Making II: Choice at Work	Kahneman, D., Lovallo, D., & Sibony, O. (2019). A structured approach to strategic decisions. <i>MIT Sloan Management Review</i> , 60(3), 67–73.  Case: Carter Racing
S4	Motivation I: Expectancies and Values	Case: Hausser Foods”
S5	Motivation II: Goal setting	Livingston, J. S. (2003). Pygmalion in management. <i>Harvard Business Review</i> , 81(1), 97–106  Grant, A. M. (2011). How customers can rally your troops. <i>Harvard Business Review</i> , 96–103.  Case: Yonghui Superstores



S6	Motivation III: Feed-back	Roberts, L. M., Spreitzer, G., Dutton, J. E., Quinn, R. E., Heaphy, E. D., & Barker, B. (2005). How to play to your strengths. <i>Harvard Business Review</i> , 83(1), 74–80.  Case: Helen Ramsay: A mediation attempt
S7	Personality The Big Five – Character- Selection and Hiring	Fill out Big Five personality scale, print your scores: <a href="http://www.outofservice.com/bigfive/">www.outofservice.com/bigfive/</a> Gladwell, M. (2013, August 21). Complexity and the ten-thousand-hour rule. <i>The New Yorker</i> . <a href="https://www.newyorker.com/sports/sporting-scene/complexity-and-the-ten-thousand-hour-rule">https://www.newyorker.com/sports/sporting-scene/complexity-and-the-ten-thousand-hour-rule</a>  Case: Values-based approach to candidate selection

## Level 2: Interpersonal

S8	Relationships: Networks	Get assessed at <a href="https://www.adamgrant.net/quizzes/give-and-take-quiz/">https://www.adamgrant.net/quizzes/give-and-take-quiz/</a>  Grant, A. (2013). In the company of givers and takers. <i>Harvard Business Review</i> , 91(4). <a href="https://hbr.org/2013/04/in-the-company-of-givers-and-takers">https://hbr.org/2013/04/in-the-company-of-givers-and-takers</a>
S9	Influence I: Social Capital	Watts, D. (2003). Conversation—The science behind six degrees. <i>Harvard Business Review</i> , 81, 16-17.  <a href="https://hbr.org/2003/02/the-science-behind-six-degrees">https://hbr.org/2003/02/the-science-behind-six-degrees</a>  Case: Heidi Roizen <a href="https://hbsp.harvard.edu/product/800228-PDF-ENG?Ntt=Heidi%20Roizen">https://hbsp.harvard.edu/product/800228-PDF-ENG?Ntt=Heidi%20Roizen</a>
S10:	Influence II: Persuasion and Negotiation  Negotiation Exercise: Hiring a Newtonian	Cialdini, R. (2001). Harnessing the science of persuasion. <i>Harvard Business Review</i> , 79(9), 72–79.  <a href="https://hbsp.harvard.edu/product/R0109D-PDF-ENG?Ntt=harnessing%20the%20science%20of%20persuasion">https://hbsp.harvard.edu/product/R0109D-PDF-ENG?Ntt=harnessing%20the%20science%20of%20persuasion</a>

## Level 3: Collective

		Edmondson, A., Bohmer, R., &
--	--	------------------------------



S11:	Team Effectiveness <a href="#">Leadership and Team Simulation: Everest V3</a>	Pisano, G. (2001). Speeding up team learning. <i>Harvard Business Review</i> , 79(9), 125–132. <a href="https://hbsp.harvard.edu/product/R0109J-PDF-ENG?Ntt=teams">https://hbsp.harvard.edu/product/R0109J-PDF-ENG?Ntt=teams</a>
S12	Organization Culture & Change Dynamic environments	Hamel, G. (2011). First, let's fire all the managers. <a href="https://hbr.org/2011/12/first-lets-fire-all-the-managers">https://hbr.org/2011/12/first-lets-fire-all-the-managers</a>  Cross, R., Dillon, K., & Greenberg, D. (2021). <i>The secret to building resilience</i> . <a href="https://hbr.org/2021/01/the-secret-to-building-resilience">https://hbr.org/2021/01/the-secret-to-building-resilience</a>  CASE: DRW Technologies <a href="https://hbsp.harvard.edu/product/916535-PDF-ENG?Ntt=culture">https://hbsp.harvard.edu/product/916535-PDF-ENG?Ntt=culture</a>
S13	Group Presentations & Wrap-up	

## Training activities

Face-to-face classes: 60 hours (of which at least 30 will be practical):  
the activities in these classes will include

- Presentation of concepts and tools by the Professor
- Discussion of company cases.
- Individual and group exercises.
- Group presentations.

Individual and group work: 90 hours:

- Individual reading, exercise and preparation of cases.

- Group work: preparation

Total hours: 150

## Grading

Ordinary and Extraordinary Call:

Your final grade in this course will be based on the following deliverables:

- Best Self Exercise (5%)
- Interpersonal Challenge (5%)
- Group Project Report (30%)





- Class Participation (10%)
- Final exam (50%)

## Bibliography

### Basic bibliography:

- Noe R., Hollenbeck J., Gerhart B., & Wright P. (2019). Fundamentals of Human Resource Management (8th edition). McGraw-Hill. [Find it in the library](#) (Ed. 2011)
- Robbins S. P., & Judge T. (2021). Essentials of organizational behavior (15th ed.). Pearson. [Find it in the library](#)

### Further reading:

- Bock L. (2015). Work rules! Insights from inside Google that will transform how you live and lead. John Murray.
- Grant A. (2013). Give and take: A revolutionary approach to success. Penguin
- Grant A. (2021). Think again: The power of knowing what you don't know. Viking
- Guillen, M. (2021) Motivation in organisations. Routledge.

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

## Competences

### Basic Competencies (Management and Economics)

CB2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way.

They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

CB4. Students should be able to convey information, ideas, problems and solutions to both specialized and general audiences.

### General Competencies (Management and Economics)

GC2. Identifying, incorporating and using acquired knowledge in argument, discussion and problem solving as they apply to economics and business.

### Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)

CE08. Acquiring and improving understanding of different aspects of modern culture, including literature, religion and art.

CE09. Having comprehensive discussions on diverse topics in humanistic contexts.

### Specific Competencies for Elective Subjects (Management)





Universidad  
de Navarra

SC12. Acquiring and improving understanding of different aspects of modern culture, including literature, religion and art.

SC13. Having comprehensive discussions on diverse topics in humanistic contexts.

SC14. Understanding the theory and practice of business operations.

## **Contact**

After the sessions and by appointment.



**Asignatura: Innovation Models\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/innovation-models20-f-economicas/>

## **Innovation Models\_20 (F. Económicas)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:**

This subject aims to introduce students to the world of innovation. It is about understanding what it consists of, what factors and agents intervene and how it is designed, organized and carried out.

- **Carácter:** Optativa de perfil
- **ECTS:** 3
- **Curso y semestre:** 2º curso, 1er semestre
- **Idioma:** bilingüe: inglés-español
- **Título:** Innovation models
- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:** Belén Goñi
- **Profesores:** Belén Goñi
- **Horario:** 15.30 a 17-30
- **Aula:** M2 Planta 1 Edificio Amigos

## **Competencias**

### **General competences**

BC2 Students must know how to apply their knowledge to their work or vocation in a professional way and must have the competences that are usually demonstrated by means of preparing and defending arguments and solving problems within their area of study.

BC3 Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their area of study) to make judgments that include a reflection on relevant social, scientific and ethical topics.

BC4 Students must be able to transmit information, ideas, problems and solutions to specialized and general audiences.

BC5 Students must develop the learning skills required to undertake subsequent studies



with a high level of independence.

GC1 To be familiar with different areas of the theory and/or application of economic analysis.

GC2 To identify, integrate and use the knowledge acquired to argue, discuss and solve relevant problems in economics and/or business.

GC3 To prepare professional reports and/or multimedia presentations on topics related to economics and/or business.

GC4 To use independent critical reasoning on relevant topics in economics and business.

GC5 To communicate results and analysis either orally or in writing that are useful to economics and business.

GC6 To be familiar with the different contexts in which their work is carried out: the circumstances, markets and historical, legal or human context.

GC7 To analyse the process of defining and implementing goals and/or strategies in the company.

GC8 To develop expectations, describe scenarios and make estimates using relevant information for the company.

### **Specific**

CEOP12 To know and apply concepts and theories in the area of innovation, in its different aspects

CEOP14 To know the economic foundations of innovation in the business area

CEOP15 To know and apply the concepts and theories of intrapreneurship

And besides:

- Teamwork
- Proactivity
- Learning from failure and success
- Working in diverse teams
- Planning and management
- Mobilizing resources
- Involving other people

### **Programa Programme**

1. Concepts and starting premises
2. Innovation: the context
  1. Trends & technologies
  2. The ecosystem
  3. Managing context: strategic intelligence
3. Innovation: The enterprise organization
  1. Focus & overall organization
  2. Innovation projects, innovation funnel-process
  3. innovation: portfolio, resources, scorecard
  4. Culture



#### 4. Innovation: People

### **Actividades formativas**

#### **Activities**

##### **In-class activities (25 hours)**

Face-to-face sessions in which master classes, case discussions, debates, talks and workshops will alternate

##### **Personal activities (50 hours)**

- Individual preparation of face-to-face sessions and personal study.
- Design and implementation of a real innovation project.
- Reading and presentation of the bibliography.
- Learning notebook

### **Evaluación**

Both the level of knowledge acquired and the degree of development of the skills and attitudes indicated in the objectives will be evaluated and will have weight in the final grade of the subject according to the following:

#### **a) Ordinary call**

**Team project:** Implementation of an innovation project

Evaluation criteria: according to the rubric detailed in the project definition

Weight in the final mark: 40% of the mark: 30% work (team) and 10% peer evaluation (personal). The people who have not contributed to their team during the semester, will not benefit from their group grade.

**Class participation**

Evaluation criteria: the content, clarity and specificity of the interventions will be assessed, among other aspects, as well as the previous study (by means of the tests at the beginning of class) the preparation of the cases and the "3 things I learned"

Weight in the final grade: 20% of the grade.

**Essay book.** Each team must read, summarize and present the assigned articles.

Evaluation criteria: quality of the summary, of the comprehension and of the dissemination tool of the articles. Weight in final grade: 10%

**Final knowledge exam** Objective evaluation through tests, short questions or small cases.

Weight in the final grade: 30% of the grade.

To pass the course it is necessary to pass the exam.

#### **b) Extraordinary call**

**Activities carried out during the course** (participation, project and essay): Weight in the final grade: 30%.

**Knowledge exam 2nd call exam.** Objective evaluation through tests, short questions or small cases.

Weight in the final grade: 70%

\* Students who do not take the knowledge test will obtain the grade "not presented" in the corresponding call for the subject

### **Bibliografía y recursos**



## Bibliografía y recursos.

- A innovar se aprende innovando Ed Punto Rojo. Autores María Beunza y Belén Goñi [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Manual mínimo viable de innovación. Autor Ángel Alba Pérez
- Cómo innovar sin ser Google Ed. Profit. Autor: Alfons Cornellá
- HBR's must reads on innovation
- Innovating: A Doer's Manifesto for Starting from a Hunch, Prototyping Problems, Scaling Up, and Learning to Be Productively Wrong. Ed. MIT Press. Autor: Luis Pérez-Breva [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Businee Model generation Ed. Wiley Autores Alex Osterwalder Yves Pigneur [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Value Proposition Design Ed. Wiley. Autor Alex Osterwalder [Localízalo en la Biblioteca](#)
- The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the Worlds Best Business Models (The Strategyzer series) Ed. Wiley. Autores: Alexander Osterwalder , Yves Pigneur , et ál
- Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs. Ed.Wiley. Autores Larry Keeley, Helen Walters, Ryan Pikkell, Brian Quinn.
- The Innovator's Dictionary: 555 Methods and Instruments for More Creativity and Innovation in Your Company. Ed. De Gruyter. Autores: Christian Buchholz, Benno Aerssen [Localízalo en la Biblioteca](#)

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

## Horarios de atención

Horarios de atención



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Innovation Process and Methodologies\_20 (F.  
Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/innovation-process-and-methodologies20-f-economicas/>

## **Innovation Process and Methodologies\_20 (F. Económicas)**

---

Brief description of the subject:

The current business context VUCA requires new approaches and approaches to solve current problems. Agile innovation methodologies help as they reduce uncertainties, reduce costs and bring success closer.

The student is introduced to new methodologies for innovation and problem-solving and different methodological tools useful for the business world and meaningful innovation in this subject. Identifying real needs is facilitated through these methodologies, detecting business opportunities and learning tools to carry it out quickly and cheaply.

Character: Optional

ECTS: 6

Course and semester: 1st semester - 2nd year

Language: Spanish - English

Title: Innovation Process and Methodologies.

Module and subject of the subject:



Universidad  
de Navarra

Lecturer in charge of the subject: Santiago Hermida Romero

Hours: Tuesday and Thursday from 5.30 p.m. to 7.30 p.m.

Classroom: Floor 0, Tuesday Classroom 04 and Thursday Classroom 03

At the end of this course, the student will be able to:

- Recognize the different existing agile methodologies.
- Identify tools used in the different methodologies.
- Identify the effectiveness of these models in innovation in the real world.
- Register the standard processes of the methodologies.
- Discuss the need to use the tools at each moment of the process.
- Explain the objective of the different tools and phases of the methodologies.
- Use the appropriate tools according to the objective sought.
- Analyze the results obtained in the different steps according to the need of the project.
- Compare between methodologies and tools.
- Create a complete product or service project in response to some given needs or problems.
- Defend the strengths of the project based on the pillars of agility.



- **Breve descripción de la asignatura:**

El actual contexto empresarial VUCA requiere de nuevos acercamientos y enfoques para resolver los problemas actuales. Las metodologías ágiles de innovación ayudan en la medida que disminuyen incertidumbres, reducen costes y acercan el éxito.

En esta asignatura se introduce al alumno en nuevas metodologías de innovación y de resolución de problemas, así como diferentes herramientas metodológicas, útiles para el mundo empresarial y para innovar con sentido. A través de estas metodologías, se facilita la identificación de necesidades reales, detectando oportunidades de negocio, y aprendiendo herramientas para llevarlo a cabo de manera rápida y barata.

- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 6
- **Curso y semestre:** 1er semestre - 2º curso
- **Idioma:** español - inglés
- **Título:** Innovation Process and Methodologies
- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:** Santiago Hermida Romero
- **Horario:** Martes y Jueves de 17.30 a 19.30
- **Aula:** planta 0, martes Aula 04 y jueves Aula 03

Al finalizar esta asignatura el alumno será capaz de:

- Reconocer las diferentes metodologías ágiles existentes.
- Identificar herramientas utilizadas en las diferentes metodologías.
- Identificar la eficacia de estos modelos en la innovación en el mundo real.
- Recordar los procesos comunes de las metodologías.
- Discutir la necesidad de utilización de las herramientas en cada momento del proceso.
- Explicar el objetivo de las diferentes herramientas y fases de las metodologías.





- Emplear las herramientas adecuadas según el objetivo buscado.
- Analizar los resultados obtenidos en los distintos pasos según las necesidades del proyecto.
- Comparar entre metodologías y herramientas.
- Crear un proyecto completo de producto o servicio en respuesta a unas necesidades o problemas dados.
- Defender los puntos fuertes del proyecto en base a los pilares del agilidad.

## **Competencias**

### Competencias

Las competencias de la memoria del título de Administración y dirección de empresas (AdE) y de Economía (E) que se trabajan en esta asignatura son:

- CB1 (AdE) Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- CG2 (AdE) Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y/o empresarial.
- CG3 (AdE) Preparar informes profesionales y/o realizar presentaciones multimedia en temas relacionados con la economía y/o la empresa.
- CG4 (AdE) Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y/o empresarial.
- CG5 (AdE) Comunicar oralmente y/o por escrito resultados y análisis de utilidad en lo económico y/o empresarial.
- CG4 (E) Ser capaz de trabajar en equipo.
- CT1 (AdE) Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en su conexión con el resto de los saberes.
- CE8 (E) Tener conciencia de la dimensión ética de la práctica profesional.
- CE16 (E) Utilizar en las aplicaciones prácticas los conocimientos, capacidades y competencias adquiridas.
- CE21 (E) Razonar y exponer con coherencia las propias opiniones en contextos orales y/o en la redacción de textos. Además, dentro del itinerario de



Innovacion y Emprendimiento, esta previsto que los alumnos desarrollen competencias propias entre las cuales esta asignatura trabaja:

- Identificar oportunidades.
- Generar, evaluar y seleccionar ideas en base a tecnicas de creatividad.
- Experimentar el error como pilar del aprendizaje y asumir el mismo sinconsideracion de fracaso.
- Trabajar en equipo y colaborar en pos de un resultado.
- Ejecutar pretotipos para obtencion de feedback y aprendizaje iterativo.

### Competencies

Competences from the title of Business Administration and Management (AdE) and Economics (E) that are worked on in this subject are:

- CB1 (AdE) That students have developed those learning skills necessary to undertake further studies with a high degree of autonomy.
- CG2 (AdE) Identify, integrate and use the knowledge acquired in the argument, discussion, or resolution of problems relevant to the economy and business.
- CG3 (AdE) Prepare professional reports and make multimedia presentations on the economy and business topics.
- CG4 (AdE) Reason autonomously and critically on relevant economic and business issues.
- CG5 (AdE) Communicate orally and/or write useful economic and/or business results and analyses.
- CG4 (E) Be able to work in a team.
- CT1 (AdE) Understand that it is inherent to the university spirit to face critical and reflective ways to study the discipline itself in its connection with the rest of the knowledge.
- CE8 (E) Be aware of the ethical dimension of professional practice.
- CE16 (E) Use in practical applications the knowledge, skills, and acquired skills.
- CE21 (E) Reason and present their own opinions with coherence in contexts orally and / or in the writing of texts.

In addition, within the Innovation and Entrepreneurship itinerary, students are expected to develop their competencies, among which this subject works:



- Identify opportunities.
- Generate, evaluate and select ideas based on creativity techniques.
- Experiencing error as a pillar of learning and assuming it without consideration of failure.
- Work as a team and collaborate in pursuit of a result.
- Execute prototypes to obtain feedback and iterative learning.

## **Programa**

### Programa

Clase 1: Introduccion a la asignatura. (2 horas)

MODULO 1: INNOVAR CON SENTIDO (4 horas)

Clase 2: La importancia de innovar en equipo. (Eneagrama – Marshmallow challenge – Team Fast Dating (6 vinetas presentacion)).

Clase 3: Mapa de la innovacion: contexto de metodologias y herramientas.

MODULO 2: DESIGN THINKING (10 horas)

Clase 4: Empatizacion. (Herramientas de investigacion etnografica)

Clase 5: Definicion. (POV – HMW – Affinity diagrams)

Clase 6: Ideacion. (Disruptus – Herramientas DT)

Clase 7: Prototipos. (web prototipos – LEGO – mockups – Herramientas DT) Clase

8: Test e iteracion. (Test A/B – Feedback sandwich – Herramientas DT)

MODULO 3: CANVAS DE NEGOCIO (4 horas)

Clase 9: Business Model Canvas. Clase 10: Lean Canvas.

MODULO 4: LEAN START UP (6 horas)

Clase 11: Customer Development. Clase 12: Hipotesis y validacion. Clase 13: PMV y KPIs.

MODULO 5: APLICACION AL MUNDO REAL (4 horas)

Clase 14: ejemplos mundo real + invitado Clase 15: innovando mas alla de la empresa.

MODULO 6: PROYECTOS DE INNOVACION (30 horas)

Clase 16: Proyecto “Conocer al usuario”.



Elección de herramientas para obtener el mejor conocimiento de usuario (observación, entrevistas, focus, invisibleman, 5XQs, thickdata, mapa empatía, customer journey...)

Trabajo proyecto en equipos

Clase 17: Proyecto “Redefinir Reto”.

Elección de herramientas para redefinir reto.

(diagramas afinidad, encontrar insights, generación nuevas oportunidades ...)

Trabajo proyecto en equipos

Clase 18: Proyecto “Maratón de ideas”.

Elección de herramientas para obtener el máximo número de ideas y selección.

(brainstorming, antiprotección, 635, SCAMPER, ...)

Trabajo proyecto en equipos

Clase 19: Proyecto Prototipo y Test.

Elección de herramientas para generación prototipo y validación. Trabajo proyecto en equipos

Clase 20: Presentación proyectos - Final de asignatura y conclusiones.

- Existirá una cuenta de Instagram de ámbito formativo sobre la asignatura donde los alumnos podrán enviar sus “creaciones” referentes a las diferentes sesiones, servirán para mejorar nota hasta un máximo de 1 punto.
- Reto empresa con 5 euros.

### **Actividades formativas**

Sesiones teóricas

Sesiones prácticas

Trabajo de campo

Proyectos en equipo



## Evaluación

### Evaluación

- Examen tipo test: 50 preguntas de elección múltiple (aprox. 25 de conceptos clave y 25 de aplicación de conocimientos). 50% nota final.
- Proyecto. 50% nota final. (Pdte. diseño rubrica).
  
- Posible evaluación por pares.
- Evaluación por sesiones? por temas? por módulos?
- puntos por extras:
  - innovagram
  - reto 5 euros
  - reto marshmallow

## Bibliografía y recursos

Bibliografía y recursos.

**Registro: 1**

**Título:**

The design thinking playbook : mindful digital transformation of teams,



products, services, businesses and ecosystems / by Michael Lewrick, Patrick Link, Larry Leifer. [Find it in the Library](#)

**Idioma:**

English

**Autores:**

Lewrick, Michael

**Información de la publicación:**

Hoboken : Wiley, 2018.

**Fecha de publicación:**

2018

**Descripción física:**

352 p. : il. ; 19 x 24 cm.

**Tipo de publicación:**

Book

**Tipo de documento:**

Bibliographies; Non-fiction

**Términos temáticos:**

Creatividad en las organizaciones

Innovaciones tecnológicas

**Notas:**

Incluye referencias bibliográficas e índice.

**Otros autores:**

Link, Patrick, 1968-

Leifer, Larry

**ISBN:**

978-1-119-46747-2

**OCLC:**

1126409861

**Número de acceso:**

bnav.b4278436

**Base de datos:**

Catálogo de la Biblioteca de la Universidad de Navarra

**Comprobar la disponibilidad:**

Información de la ubicación

Ubicación	Signatura	Estado
BIBLIOTECA CENTRAL. PLANTA 1	O 070.405	DISPONIBLE

---

**Registro: 2**

**Título:**

Design Thinking in Higher Education [Recurso electrónico] : Interdisciplinary Encounters / edited by Gavin Melles. [Find it in the Library](#)

**Idioma:**

English



Universidad  
de Navarra

**Información de la publicación:**

Singapore : Springer Singapore, 2020.

**Edición:**

1st ed.

**Fecha de publicación:**

2020

**Descripción física:**

V, 246 p. : 8 il.

**Serie:**

Springer eBooks  
Design Science and Innovation

**Tipo de publicación:**

Book; eBook

**Tipo de documento:**

Electronic; Non-fiction

**Resumen:**

Summary: This book addresses the contributions of design thinking to higher education and explores the benefits and challenges of design thinking discourses and practices in interdisciplinary contexts. With a particular focus on Australia, the USA and UK, the book examines the value and drawbacks of employing design thinking in different disciplines and contexts, and also considers its future.

**Notas del contenido:**

1 Design thinking in higher education: Tensions and opportunities -- 2 Challenges for learning and applying design in business -- 3 The innovation mindset: Encouraging designerly and entrepreneurial ways of thinking and doing in MBA education -- 4 Social innovation meets design thinking -- 5 Distinguishing collaboration and cooperation in design thinking research -- 6 Design and systems thinking for healthcare practitioners -- 7 Sustainable design thinking in higher education -- 8 Design thinking beyond the academy -- 9 Educating the ethical designer in human-centred design thinking for interactive technology innovation -- 10 Promoting design thinking in the business studio -- 11 Looking forward.

**Notas:**

Forma de acceso: World Wide Web.

**Otros autores:**

Melles, Gavin  
SpringerLink.

**ISBN:**

9789811557804

**Acceso en línea:**

Conectar con la versión electrónica

**Número de acceso:**

bnav.b4324727

**Base de datos:**

Catálogo de la Biblioteca de la Universidad de Navarra



---

**Registro: 3**

**Título:**

Change by design : how design thinking transforms organizations and inspires innovation / Tim Brown with Barry Katz. [Find it in the Library](#)

**Idioma:**

English

**Autores:**

Brown, Tim, 1954-

**Información de la publicación:**

New York : Harper Business, 2011.

**Edición:**

1st ed.

**Fecha de publicación:**

2011

**Descripción física:**

VIII, 264 p. : il., gráf ; 24 cm.

**Tipo de publicación:**

Book

**Tipo de documento:**

Non-fiction

**Términos temáticos:**

Cambio organizacional

Diseño industrial

**Notas del contenido:**

Getting under your skin, or how design thinking is about more than style --  
Converting need into demand, or putting people first -- A mental matrix, or-  
"these people have no process!" -- Building to think-the power of prototyping --  
Returning to the surface-the design of experiences -- Spreading the message-  
the importance of storytelling -- Design thinking meets the corporation -- The  
new social contract, or we're all in this together -- Design activism, or inspiring  
solutions with global potential -- Designing tomorrow-today.

**Notas:**

Incluye índice.

**Otros autores:**

Katz, Barry, 1959-

**ISBN:**

9780061766084

**OCLC:**

846511509

**Número de acceso:**

bnav.b2295369

**Base de datos:**

Catálogo de la Biblioteca de la Universidad de Navarra

**Comprobar la disponibilidad:**

Información de la ubicación





Ubicación	Signatura	Estado
BIBLIOTECA CENTRAL. PLANTA 1	O 082.682	DISPONIBLE
Campus Madrid	E & E 000.010	DISPONIBLE

**Registro: 4**

**Título:**

The design of business : why design thinking is the next competitive advantage / Roger Martin. [Find it in the Library](#)

**Idioma:**

English

**Autores:**

Martin, Roger L.

**Información de la publicación:**

Boston, Massachusett : Harvard Business Press, cop. 2009.

**Fecha de publicación:**

2009

**Descripción física:**

xiii, 191 p. : il. ; 22 cm.

**Tipo de publicación:**

Book

**Tipo de documento:**

Bibliographies; Non-fiction

**Términos temáticos:**

Gestion de empresas  
Creatividad en los negocios  
Innovaciones tecnológicas

**Notas del contenido:**

The knowledge funnel : how discovery takes shape -- The reliability bias : why advancing knowledge is so hard -- Design thinking : how thinking like a designer can create sustainable advantage -- Transforming the corporation : the design of Procter & Gamble -- The balancing act : how design-thinking organizations embrace reliability and validity -- World-class explorers : leading the design-thinking organization -- Getting personal : developing yourself as a design thinker.

**Notas:**

Incluye referencias bibliográficas e índice.

**ISBN:**

978-1-4221-7780-8

**Número de acceso:**

bnav.b4278435

**Base de datos:**

Catálogo de la Biblioteca de la Universidad de Navarra

**Comprobar la disponibilidad:**



Información de la ubicación

Ubicación	Signatura	Estado
BIBLIOTECA CENTRAL. PLANTA 1	O 083.114	DISPONIBLE

**Registro: 5**

**Título:**

Lean vs agile vs design thinking : lo que realmente necesitas conocer para construir productos digitales con equipos de alto rendimiento / Jeff Gothelf ; traducido por Víctor M. González. [Find it in the Library](#)

**Idioma:**

English

**Autores:**

Gothelf, Jeff

**Información de la publicación:**

New Jersey : Gothelf Corp, 2017.

**Fecha de publicación:**

2017

**Descripción física:**

61 p. ; 22 cm.

**Tipo de publicación:**

Book

**Tipo de documento:**

Non-fiction

**Términos temáticos:**

Diseño

**Otros autores:**

González, Víctor M, trad

**ISBN:**

9781547226764

**OCLC:**

1105530174

**Número de acceso:**

bnav.b3788545

**Base de datos:**

Catálogo de la Biblioteca de la Universidad de Navarra

**Comprobar la disponibilidad:**

Información de la ubicación

Ubicación	Signatura	Estado
ARQUITECTURA	Q 045.624	DISPONIBLE
ARQUITECTURA	Q 045.624/Ej. 2	DISPONIBLE



---

**Registro: 6**

**Título:**

The design of everyday things / Donald A. Norman. [Find it in the Library](#)

**Idioma:**

English

**Autores:**

Norman, Donald A., aut

**Información de la publicación:**

Cambridge, Massachusetts : MIT Press, cop. 2013.

**Edición:**

Rev. and expanded ed.

**Fecha de publicación:**

2013

**Descripción física:**

xviii, 347 p. : il. ; 23 cm.

**Tipo de publicación:**

Book

**Tipo de documento:**

Regular print reproduction; Non-fiction

**Términos temáticos:**

Diseño industrial Aspectos psicológicos

**Resumen:**

Summary: Even the smartest among us can feel inept as we fail to figure out which light switch or oven burner to turn on, or whether to push, pull, or slide a door. The fault, argues this ingenious-even liberating-book, lies not in ourselves, but in product design that ignores the needs of users and the principles of cognitive psychology. The problems range from ambiguous and hidden controls to arbitrary relationships between controls and functions, coupled with a lack of feedback or other assistance and unreasonable demands on memorization. The Design of Everyday Things shows that good, usable design is possible. The rules are simple: make things visible, exploit natural relationships that couple function and control, and make intelligent use of constraints. The goal: guide the user effortlessly to the right action on the right control at the right time. In this entertaining and insightful analysis, cognitive scientist Don Norman hails excellence of design as the most important key to regaining the competitive edge in influencing consumer behavior. Now fully expanded and updated, with a new introduction by the author, The Design of Everyday Things is a powerful primer on how-and why-some products satisfy customers while others only frustrate them.

**Notas:**

Tít: de la ed. original: The psychology of everyday things, New York : Basic Books, 1988. Incluye referencias bibliográficas (p. 321-330) e índice.

**Otros títulos:**

The psychology of everyday things.

**ISBN:**



Universidad  
de Navarra

9780262525671

**OCLC:**

1105478938

**Número de acceso:**

bnav.b3509954

**Base de datos:**

Catálogo de la Biblioteca de la Universidad de Navarra

**Comprobar la disponibilidad:**

Información de la ubicación

Ubicación	Signatura	Estado
BIBLIOTECA CENTRAL. PLANTA 1	Q 045.267	DUE 08- 06-21

---

**Registro: 7**

**Título:**

El método Lean Startup : cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua / Eric Ries ; traducido por Javier San Julián. [Localízalo en la Biblioteca](#)

**Idioma:**

Spanish

**Autores:**

Ries, Eric, 1978-

**Información de la publicación:**

Barcelona : Deusto, 2012.

**Edición:**

1ª ed.

**Fecha de publicación:**

2012

**Descripción física:**

319 p. : gráf. ; 24 cm.

**Tipo de publicación:**

Book

**Tipo de documento:**

Non-fiction

**Términos temáticos:**

Gestión de empresas  
Emprendedores  
Pequeñas y medianas empresas  
Gestión Nuevas empresas  
Empresarios

**Notas:**

Tít. orig.: The Lean Startup.Creación de empresas II (F. ECONÓMICAS)

**Otros autores:**

San Julián Arrupe, Javier



Universidad  
de Navarra

**ISBN:**

9788423409495

**OCLC:**

786123900

**Número de acceso:**

bnav.b2931150

**Base de datos:**

Catálogo de la Biblioteca de la Universidad de Navarra

**Comprobar la disponibilidad:**

Información de la ubicación

Ubicación	Signatura	Estado
BIBLIOTECA CENTRAL. PLANTA 1	O 082.838	DISPONIBLE

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

## Horarios de atención

Horarios de atención

Entrevistas se concretan a través de cita por email.

shermida@external.unav.es



**Asignatura: International Trade (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Introduction

### **International Trade (School of Economics)**

---

- **Brief description of the course:** The course is focused on the study of international trade. First of all, we will pay attention to the evidence on countries' behaviour regarding foreign trade that, joint with the study of different economic theories on this topic, will allow the student to understand the pattern of trade between countries, trade policy and the way international trade is changing due to the new technologies.
- **Type:** Obligatoria (for the degree in Economics, the double degree in Economics + Law and the degree on Economics, Leadership & Governance) Optativa (for the degree in Business Administration and the double degree in Business Administration + Law)
- **ECTS:** 6
- **Semester:** 1st (Fall term)
- **Language:** English
- **Title:** International Trade
- **Módulo y materia de la asignatura:** Módulo 2: Economía Aplicada. Materia 2: Economía internacional
- **Professor in charge of the course:**
  - Javier Elizalde
  - Website: <https://www.unav.edu/web/investigacion/nuestros-investigadores/detalle-investigadores-cv?investigadorId=66467&investigador=Elizalde%20Blasco,%20Javier>
  - Email: [jelizalde@unav.es](mailto:jelizalde@unav.es)
  - Office hours:
    - Mondays, 4-5 pm
    - Tuesdays, 4-5 pm
    - Fridays, 4-5 pm
  - Office: 2190 Edificio Amigos



• **Timetable of lectures and rooms:**

- Group 1: Tuesday, 12 noon-1.45 pm. Room M2, Amigos Building
  - Group 2: Friday, 12 noon-1.45 pm. Room 6, Amigos Building
- Each student can only attend the lectures of his/her group

## **Competences**

The course is focused on the study of international trade. First of all, we will pay attention to the evidence on countries' behaviour regarding foreign trade that, joint with the study of different economic theories on this topic, will allow the student to understand the pattern of trade between countries, trade policy and the way international trade is changing due to the new technologies.

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

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

### **General Competencies (Management and Economics)**

GC1. Understanding the different areas of economic analysis in theory and practice.

GC2. Identifying, incorporating and using acquired knowledge in argument, discussion and problem solving as they apply to economics and business

GC6. Communicating results and analyses useful in economics and business, both verbally and in writing.

### **Specific Competencies (Economics)**

SC20. Defending personal ideas on economic issues with astute and sound arguments.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Management)**

SC01. Gaining and deepening insight into macro- and micro-economics.

SC02. Understanding more specialized areas of economic theory that may be used to address relevant social issues such as health, sports and development.

## **Program**

### 1. Introduction to International Trade

1.1 Motivation and key concepts

1.2. Evidence on countries' behaviour regarding international trade

1.2.1. Merchandise trade



- 1.2.2. Trade in services
  - 1.3. Main patterns of trade: Gravity model
  - 1.4. History of international trade
  - 1.5. Protectionist policies
  - 1.6. The process of integration of international trade (trade rounds, GATT and WTO)
  - 1.7. Regional integration arrangements
    - 1.7.1. Preferential trading agreements
    - 1.7.2. Free trade agreements
    - 1.7.3. Customs unions
2. Specialisation and gains from international trade (Ricardian model)
  - 2.1. Model's insights
  - 2.2. Production possibility frontier
  - 2.3. Relative price and choice of product
  - 2.4. Model with two countries
    - 2.4.1. Relative supply function
    - 2.4.2. Relative demand function
    - 2.4.3. Equilibrium
  - 2.5. Gains from trade
  - 2.6. Relative wage
3. Who gains and who loses from international trade (Specific factors model)
  - 3.1. Model's insights
    - 3.1.1. Types of factors: mobile factors and specific factors
    - 3.1.2. Production functions. Property of diminishing marginal returns
    - 3.1.3. Labour supply constraint
  - 3.2. Production possibility frontier
  - 3.3. Equilibrium in the economy
    - 3.3.1. Labour market in the specific factors model
    - 3.3.2. Labour demand
    - 3.3.3. Labour supply
    - 3.3.4. Labour market equilibrium
    - 3.3.5. Equilibrium condition of the production possibility frontier
  - 3.4. Welfare analysis in the one-country model
  - 3.5. Changes in equilibrium
    - 3.5.1. Proportional changes in the prices of apples and cars





- 3.5.2. Change in the relative price of cars in terms of apples
  - 3.5.3. Relative supply function and equilibrium
  - 3.5.4. Comparison of equilibria with different endowments of a specific factor
- 3.6. International trade in the specific factors model
  - 3.6.1. Equilibrium in the two-country model
  - 3.6.2. Effect of international trade on welfare and specialisation
- 4. Trade policy and protectionism
  - 4.1. Problem of distribution of rents
  - 4.2. Budget constraint of a country. The terms of trade
  - 4.3. Model of trade with one good
    - 4.3.1. Import demand function and export supply function
    - 4.3.2. Free trade
  - 4.4. Trade with an import tariff
    - 4.4.1. Equilibrium with a tariff
    - 4.4.2. Effect of the tariff on welfare
    - 4.4.3. Tariff in a small country
  - 4.5. Trade with an export subsidy
  - 4.6. Trade with an import quota
  - 4.7. The model with one national firm
    - 4.7.1. National monopoly (no international trade)
    - 4.7.2. Free trade with one national firm
    - 4.7.3. Tariff with one national firm
    - 4.7.4. Quota with one national firm
  - 4.8. Economies of scale
    - 4.8.1. Internal economies of scale
    - 4.8.2. External economies of scale
    - 4.8.3. The infant industry argument
  - 4.9. Product differentiation: interindustry and intraindustry trade
  - 4.10. Multinationals

## **Educational Activities**

### **1. Lectures**

The course will be taught in four weekly sessions (which may be less in some weeks), each of them with 45 minutes.

The dynamics of the course is mainly based on the study of the most important models developed by the economic theory to explain the relevance of international



trade and the consequences of both free trade and protectionist policies on the welfare of a country and the different groups of individuals within that country.

The lecturer will foster the student's active participation in the lectures through questions, comments and discussions of both theoretical and applied aspects, evaluating the rigour and originality of the interventions. The student's active participation (**not the mere attendance**) is worth 10% of the final grade.

---

## 2. Panopto videos

**Due to the splitting of groups, the part of the course material which is not covered in lectures will be uploaded in ADI through videos recorded with Panopto. In the folder of the corresponding week you will find**

**–The Panopto video of the week (notice that not all the weeks have one)**

**–The slides of that Panopto video**

**You must watch the videos no later than the week to which it corresponds as, in most cases, the assignment of the week will ask you questions on the material covered in the video.**

---

## 3. Assignments

The students have to complete assignments, which have to be submitted on a weekly basis. The assignment of each week corresponds (with some exceptions) to the material covered in the lectures of that week and has to be submitted before 4 pm of Monday of the following week (except the problem sets, whose dealines are on Tuesdays at 10 am).

There are three types of assignments:

- One video about the international trade behaviour of the student's country (assignment 1) which have to be recorded and uploaded following the lecturer's guidelines.
- Eight questionnaires (assignments 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10 and 12) with multiple choice



questions about the topics and theories covered in lectures.

- Three problem sets (assignments 4, 9 and 11) where the student has to solve a few problems based on the theories of Chapter 2 (Ricardian model), Chapter 3 (Specific factors model) and Chapter 4 (Trade policy and protectionism).

The video and the questionnaires are jointly worth 25% of the course's final grade, while the problem sets are worth an additional 25% of the course's final grade.

After the deadlines (all of them during the period of lectures) there are no extra assignments to improve the grade.

---

#### **4. Office hours**

The lecturer will be available, at the announced time, to solve questions regarding the course both individually and in small groups.

---

#### **5. Personal study**

It is essential, in order to follow the explanations properly, to regularly study the lessons, as the course advances in a progressive way on the previously explained material.

---

#### **6. Exam**

There is one written exam (in the December exam period) which is worth 40% of the final grade. It has two parts:

- The first one is a multiple-choice test with 15 questions, each with four choices and one valid answer. Each correct answer adds one point and each incorrect answer deducts one quarter of a point.

- The second part consists of two practical exercises corresponding to two of the



models studied.

Each part is worth 50% of the exam's grade.

## **Assessment**

### **ORDINARY ASSESSMENT (DECEMBER):**

- Active classroom participation: 10%.
- Assignments (video and questionnaires): 25%.
- Assignments (exercises): 25%.
- Written exam (December, date & time TBA): 40%.\*

### **EXTRAORDINARY ASSESSMENT (JUNE):**

- Active classroom participation: 5%.\*\*
- Assignments (video and questionnaires): 10%.\*\*
- Assignments (exercises): 10%.\*\*
- Written exam (June, date & time TBA): 75%.\*

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

\*\*These grades are those obtained during the ordinary period of lectures (September-November) and there are no extra assignments to change those grades once the period of lectures is over.

## **HONESTY IS THE BEST POLICY**

(Ethics Committee Provisions Against Plagiarism and Copying)

We value honesty. Without it, there can be no trust or any meaningful social relations. Therefore, the School expects honesty and fairness from all of its members: professors, non-academic staff, and students.

Dishonest behaviours will be sanctioned in accordance with the [University Norms on Student Academic Discipline of August 2015](#), and include lying, cheating in exams, and plagiarism in written work. We take such violations seriously. Depending on their gravity, these offences will be dealt with by the Professor in charge of the subject, by the Dean of Students, and in very severe cases, by the Vice President for Student Affairs.

Sanctions include:



- formal warnings
- prohibition from entering University premises for a given period
- loss of admission rights to exams
- loss of scholarships
- A failing grade for the piece of work or the whole course

## Bibliography and resources

In this course there is a reference book which may help as a complement to the content of the lectures, but it never substitutes it. The textbook is:

PAUL R. KRUGMAN, MAURICE OBSTFELD: **International Economics. Theory and policy**. Addison Wesley editors. [Find it in the Library](#)

As an additional material, the following books are suggested:

ROBERT J. CARBUAGH: **International Economics**. South-Western CENGAGE Learning. [Find it in the Library](#)

ROBERT C. FEENSTRA, ALAN M. TAYLOR: **International Trade**. Worth Publishers. [Find it in the Library](#)

The lecturer uses slides in the lectures as an auxiliary material for the explanations and publishes them in the ADI page, but **the knowledge required will never be restricted to the content of the slides**. The lecturer expects the student to learn **everything which is explained in the lectures**.

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

## Office hours

The timetable of office hours is:

- Mondays, 4-5 pm
- Tuesdays, 4-5 pm
- Fridays, 4-5 pm

The venue is Office 2190 in Edificio Amigos.

As professors have many tasks, it is likely that, if you don't previously book an appointment, you may not find the professor in the office even during office hours. So, **you should always send an e-mail in advance to [jelizalde@unav.es](mailto:jelizalde@unav.es) to book an appointment.**

## Composition of groups

Composition of Group 1 (lectures: Tuesdays, 12-1.45 pm, Room M2,



Edificio Amigos):

Surname	First name
Apaolaza Aramendi	Mikel
Ayesa Barros	Alejandra
Borghardt	Johannes
Briz Paredes	Jose Antonio
Cabiten	Nastassia
Cañada Baqué	Pablo
Chávez Rey	Ana Paula
Coolen	Roos
Cornelis	William Herve
Diego Crespo	Sofía
Donnelly	Matthew
Escobar Paniagua	Octavio
Estrada Ploegmakers	Félix María
Fabro	Chermae Gabay
Filipe	Lylou Jody Christiane Marie-France
García Pérez	Julián
Gomez Parra	Santiago
Guevara Medranda	María Camila
Guggiari Poka	Paulo Gianluca
Hube	Vivien
Hyeon Parraga	Jose Antonio
Ku	Hyeji
Lagarde	Valentine
Lourenço Alfaiate	Joana Filipa
Mancho Gochi	Irene
Marques Carrillo	Andrea
Miranda Baduell	Ana María
Osácar Larequi	Juan



Universidad  
de Navarra

Silva André Rocha  
Gouveia

Inês

Thomassen

Erik Myhre

Composition of Group 2 (lectures: Fridays, 12-1.45 pm, Room 6, Edificio Amigos):

Surname	First name
Ahís Doménech	Ana
Alfaro	Javier Andrés
Bosch Llovera	Helena
Bringué Serret	Xavier
Cabrera Kloth	Eduardo Ignacio
Centeno Bazan	Hector
Encinar Vilanova	Clara
García Reinoso	Laura
Luna Araúz	Rafael
Mata Sueiro	Alejandro
Matji Cabello	Nicolas
Mcquiggan-Smith	Ellie
Melnicenco	Eduard
Meyer	Esther
Miniel Guadalamar	Gabriela Maria
Muro Leyun	Natalia
Negri Fernández	Fiorella Andrea
Ortega Carrión	María de los Ángeles
Pansier	Paul
Phillips Pareja	Richard Andrew
Pinargote Escudero	Daniel
Pschera	Pauline Marie Charlotte
Puente Silva	Diego Antonio



Riera Contreras	Ignacio Pastor
Roca Chávez	Diego
Rodríguez dos Santos	Marcos
Rubio Bezares	Ana
Salas Soley	Valeria
Santos Carbajal	Annette Cristina
Schutz	Marion
Terreros Llopart	María
Unceta Carrión	Rodrigo
Vanderbyse	Elodie
Vélez Klumpp	Sofía Carlota
Wafula Wafula	Anne Sifa Vakhoya
van Spanje	Roger Jacobus

### **Schedule and work plan**

- Week 1 (Sep 6-12)
  - Lecture Tue Sep 7 (group 1) & Fri Sep 10 (group 2): Information of the course and Chapter 1 (Introduction)
  - Panopto video: Chapter 1 (Statistics merchandise trade)
  - Assignment 1: video on the international trade behaviour of the student's country
  - Assignment's deadline: Mon Sep 13 at 4 pm
- Week 2 (Sep 13-19)
  - Lecture Tue Sep 14 (group 1) & Fri Sep 17 (group 2): Chapter 1 (Statistics trade in services, gravity model)
  - Panopto video: Chapter 1 (trade history, protectionism, integration process)
  - Assignment 2: questionnaire on Chapter 1
  - Assignment's deadline: Wed Sep 22 at 4 pm
- Week 3 (Sep 20-26)
  - Lecture Tue Sep 21 (group 1) & Fri Sep 24 (group 2): Chapter 2 (Ricardian model I)
  - Panopto video: Chapter 2 (Ricardian model II)
  - Assignment 3: questionnaire on Chapter 2 (Ricardian model I and II)
  - Assignment's deadline: Wed Sep 29 at 4 pm
- Week 4 (Sep 27-Oct 3)
  - Lecture Tue Sep 28 (in classroom for group 1, via Zoom for group 2): Chapter 2 (Ricardian model III)
  - Lecture Fri Oct 1 (in classroom for group 2, via Zoom for group 1): Explanatory session previous to Assignment 4 (problem set)





- Panopto video: no video this week
- Assignment 4: problem set on Chapter 2 (Ricardian model)
- Assignment's deadline: Wed Oct 6 at 4 pm
  
- Week 5 (Oct 4-10)
  - Lecture Tue Oct 5 (group 1) & Fri Oct 8 (group 2): Chapter 3 (Specific factors model I)
  - Panopto video: Chapter 3 (Specific factors model II)
  - Assignment 5: questionnaire on Chapter 3 (Specific factors model I)
  - Assignment's deadline: Wed Oct 13 at 4 pm
  
- Week 6 (Oct 11-17)
  - Tue Oct 12: Holyday (no lectures)
  - Lecture Fri Oct 15 (in classroom for group 2, via Zoom for group 1): Resolution of Assignment 4 (problem set)
  - Panopto video: Chapter 3 (Specific factors model III)
  - Assignment 6: questionnaire on Chapter 3 (Specific factors model II and III)
  - Assignment's deadline: Wed Oct 20 at 4 pm
  
- Week 7 (Oct 18-24)
  - Lecture Tue Oct 19 (group 1) & Fri Oct 22 (group 2): Chapter 3 (Specific factors model IV)
  - Panopto video: Chapter 3 (Specific factors model V)
  - Assignment 7: questionnaire on Chapter 3 (Specific factors model IV and V)
  - Assignment's deadline: Wed Oct 27 at 4 pm
  
- Week 8 (Oct 25-31)
  - Lecture Tue Oct 26 (group 1) & Fri Oct 29 (group 2): Chapter 3 (Specific factors model VI)
  - Panopto video: Chapter 3 (Specific factors model VII)
  - Assignment 8: questionnaire on Chapter 3 (Specific factors model VI and VII)
  - Assignment's deadline: Wed Nov 3 at 4 pm
  
- Week 9 (Nov 1-7)
  - Lecture Tue Nov 2 (in classroom for group 1, via Zoom for group 2): Chapter 3 (Specific factors model VIII)
  - Lecture Fri Nov 5 (in classroom for group 2, via Zoom for group 1): Explanatory session previous to Assignment 9 (problem set)
  - Panopto video: no video this week
  - Assignment 9: problem set on Chapter 3 (Specific factors model)
  - Assignment's deadline: Wed Nov 10 at 4 pm
  
- Week 10 (Nov 8-14)
  - Lecture Tue Nov 9 (group 1) & Fri Nov 12 (group 2): Chapter 4 (Trade policy I)
  - Panopto video: Chapter 4 (Trade policy II)
  - Assignment 10: questionnaire on Chapter 4 (Trade policy I and II)
  - Assignment's deadline: Wed Nov 17 at 4 pm



- Week 11 (Nov 15-21)
  - Lecture Tue Nov 16 (in classroom for group 1, via Zoom for group 2): Chapter 4 (Trade policy III)
  - Lecture Fri Nov 19 (in classroom for group 2, via Zoom for group 1): Explanatory session previous to Assignment 11 (problem set) and resolution of Assignment 9 (problem set)
  - Panopto video: no video this week
  - Assignment 11: problem set on Chapter 4 (Trade policy I, II and III)
  - Assignment's deadline: Wed Nov 24 at 4 pm
  
- Week 12 (Nov 22-28)
  - Lecture Tue Nov 23 (group 1) & Fri Nov 26 (group 2): Chapter 4 (Trade policy IV)
  - Panopto video: Chapter 4 (Trade policy V)
  - Assignment 12: questionnaire on Chapter 4 (Trade policy IV and V)
  - Assignment's deadline: Wed Dec 1 at 4 pm
  
- Week 13 (Nov 29-Dec 2)
  - Lecture Tue Nov 30 (in classroom for group 1, via Zoom for group 2): Resolution of Assignment 11 (problem set) and revision
  - Friday Dec 3: Holyday (no lectures)

### **Tutorials for submission of assignments**



Universidad  
de Navarra

## Asignatura: International Finance (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2021-22

### Presentation

<https://asignatura.unav.edu/ifineconom/>

## International Finance (F. ECONÓMICAS)

**Brief description of the course:** International Finance (or International Macroeconomics) introduces the basic notions and tools for understanding of the behavior of exchange rates, the formation and welfare effects of financial globalization, the international transmission of shocks, the balance-of-payments crises and the policy measures that can be taken. Applications and examples refer to both advanced and emerging countries.

**Type:** Compulsory

**ECTS:** 6

**Year and semester:** 3rd/4th/5th year, 2nd semester

**Language:** English

**Type of degree:** Degree in Economics (ECO, ECO+G, ECO+D)

**Module:** 2. Applied Economics

**Subject matter:** 1. International Economics

**Professor in charge:** Tommaso Trani ([ttrani@unav.es](mailto:ttrani@unav.es))

**Time(s) & venue(s):** Wednesday, 8:00-10:00; Thursday, 10:00-12:00; Room 12

**Students with special education needs:** please contact the professor of the course

### Competences

#### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

BC4. Students should be able to convey information, ideas, problems and solutions to both specialized and general audiences.



BC5. Students should have developed the learning skills necessary to undertake higher programs of study with greater independence.

### **General Competencies (Management and Economics)**

-

### **Specific Competencies (Economics)**

SC15. Applying economic logic and econometric techniques to specific aspects of economics, finance and business.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Management)**

SC01. Gaining and deepening insight into macro- and micro-economics.

SC02. Understanding more specialized areas of economic theory that may be used to address relevant social issues such as health, sports and development.

## **Program**

### 1. The Balance of Payments and current account

- National income accounting and the Balance of Payments
- Current account
- Globalization

### 2. Financial/asset markets integration and exchange rate determination

- Exchange rates, interest rate parities and the demand for currencies
- Money market and the exchange rate
- The Law of One Price and Purchasing Power Parity

### 3. Economic policy

- Output and the exchange rate in the short run
- Short-run price rigidity and exchange rate overshooting
- Policy in a fixed exchange rate regime

### 4. Topics on exchange rate regimes

- Fixed vs. floating regimes
- Capital controls
- Crises



- Theory of optimum currency areas and the Euro

*Note:* the correspondence between the above program and the textbook(s) will be available in the intranet.

## **Educational activities**

As for any course attributing 6 ECTS credits, students' workload is expected to be of about 150 hours.

A tentative distribution of this preparation time is as follows:

**a. Lectures, including practical classes = 58 hours**

Students are encouraged to attend all classes, taking notes and participating in the solution of exercises.

In ADI, there will be two types of class materials: lecture notes (theoretical classes) and documents for practice (theoretical classes). Both will be posted in advance and will be covered during the lectures; students are invited to solve the problems on their own before attending the lectures. Further questions/applications may also be considered during the lectures.

Students will receive further indications (relationships program-bibliography, tentative class schedule, etc.) through the intranet. Possible adjustments to the program will be announced during the lectures.

**b. Personal and team work = 86 hours**

Study of the theory, work on exercises, attendance at office hours. Students are encouraged to use the latter to ask any questions on the material of the course

**c. Assessment = 6 hours**

Exams/tests/etc.

Final exam: 4 May 2022, 9:00 a.m. - 12:00 p.m. (Room TBA), in accordance with the School's timetable of exams

## **Assessment**

### **GRADING IN MAY**

- Quizzes: 16%
- Midterm: 24%
- Final: 60%



## GRADING IN JUNE

- Final: 70%
- All the grades earned during the course, except for the one of the final exam in May: 30%
  - Quizzes = 12%
  - Midterm = 18%

## DETAILS

Types of questions: multiple-choice questions, short-answer questions, problems. The exact structure of the exams will be announced during the course.

Midterm: takes place in the lecture room and during lecture hours, so its length cannot go beyond this time. Time and length will be announced during the course.

Final: takes place in accordance with the timetable of the School, and its length is more or less 2H.

The final exam is comprehensive. *In this case, a minimum of 3.8/10 is required.*

Students with special education needs: please contact the professor of the course

## HONESTY IS THE BEST POLICY

*(Ethics Committee Provisions Against Plagiarism and Copying)*

We value honesty. Without it, there can be no trust or any meaningful social relations. Therefore, the School expects honesty and fairness from all of its members: professors, non-academic staff, and students.

Dishonest behaviors will be sanctioned in accordance with the [University Norms on Student Academic Discipline of August 2015](#), and include lying, cheating in exams, and plagiarism in written work. We take such violations seriously. Depending on their gravity, these offences will be dealt with by the Professor in charge of the subject, by the Dean of Students, and in very severe cases, by the Vice President for Student Affairs.

Sanctions include:

- formal warnings
- prohibition from entering University premises for a given period
- loss of admission rights to exams
- loss of scholarships
- a failing grade for the piece of work or the whole course.

## Bibliography and resources



## Textbooks

PAUL R. KRUGMAN, MAURICE OBSTFELD AND MARC J. MELITZ: International Economics: Theory and Policy, 11th ed. Pearson Series in Economics [Find it in the library](#) (10th ed.)

STEPHANIE SCHMITT-GROHÉ, MARTÍN URIBE AND MICHAEL D. WOODFORD: International Macroeconomics, Princeton University Press, in preparation.

## Other books

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

CRISTINA TERRA: Principles of International Finance and Open Economy Macroeconomics (E-book). Elsevier, 2015. [Find it in the Library](#)

## Some articles and further readings

IMF staff position note, [Capital Inflows: The Role of Controls](#),

Gian Maria Milesi-Ferretti and Cedric Tille, 2011, [The Great Retrenchment: International Capital Flows during the Global Financial Crisis](#), Economic Policy.

Alan Taylor, 2004, [Global Finance: Past and Present](#)

Dornbusch. "[Expectations and Exchange Rate Dynamics](#)" (1976), Journal of Political Economy 84, pp. 1161–1176.

Krugman, "[A Model of Balance-of-Payments Crises](#)" (1979), Journal of Money, Credit, and Banking 11, pp. 311-325.

Obstfeld M. and K. Rogoff, 2009, [Global Imbalances and the Financial Crisis: Products of Common Causes](#) and the [comment](#) by R. Caballero

Rajan, R, [Fault Lines](#)

Reinhart and Rogoff (2013): [Financial and Sovereign Debt Crises: Some Lessons Learned and Those Forgotten](#)

Shin, HS (2020): [Capital Flows to Emerging Market Economies \(COVID-20 Crisis\)](#)

Fratzcher, Lo Duca, Straub (2012): [On the International Spillovers of US Quantitative Easing](#)



2017): <https://www.newyorkfed.org/research/policy/rstar>

Borio, Disyatat, Juselius, Rungcharoenkitkul (2017): [Why so low for so long? A long-term view of real interest rates?](#)

Caballero, Fahri, Gourinchas (2017) The Safe Assets Shortage Conundrum, *Journal of Economic Perspectives*—Volume 31, Number 3—Summer 2017—Pages 29–46

Lanman, S. (2018), [The Strong Dollar](#)

Furceri and Loungani (2015): [Capital Account Liberalization and Inequality](#)

Furceri, Loungani and Ostry (2017): [The Aggregate and Distributional Effects of Financial Globalization: Evidence from Macro and Sectoral Data](#)

Engel (2011) [Capital controls: What have we learned?](#)

IMF (2012) [New institutional view on capital controls, Macro-prudential policies](#)

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

## **Office hours**

Tommaso Trani

Office No. 2240 (*hilera*, 2nd floor, Ed. Amigos)

### **Hours**

- on campus: Wednesday, 15:30-17:30<sup>a</sup>
- off campus: Tuesday, 15:30-17:30

<sup>a</sup>Except February 2, which is replaced by February 1, 15:30-18:30





**Asignatura: Logística (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **PRESENTACION**

<https://asignatura.unav.edu/logisticaeconom/>

## **Logística (F. ECONÓMICAS)**

### **Descripción de la asignatura**

En esta asignatura se estudian las principales actividades que intervienen en la cadena de suministro, necesarias para la producción o prestación de un servicio, que impliquen el movimiento de materiales, tanto dentro de la empresa como fuera de ella.

Los conceptos teóricos se complementarán con el trabajo de casos prácticos en los que los alumnos se enfrentarán a situaciones de empresa reales.

Si las condiciones sanitarias lo posibilitarán, podría visitarse alguna empresa o centro logístico, para ver "en vivo" lo aprendido en clase.

También se podrá contar con la colaboración de algún experto, que pueda aportar su visión de algún campo logístico.

### **Datos Generales**

- Asignatura OPTATIVA de 6 ECTS
- 3º-4º curso ADE-ECO; 4º-6ª DOBLES ADE-ECO+DERECHO, 1º semestre
- Idioma en que se imparte: ESPAÑOL
- Primer día de clase: 6 de septiembre
- Último día de clase: 30 de noviembre
- Horario de clases: Lunes (AULA 15) y Martes (AULA B1) de 18:00 a 19:45 en el Edificio de Amigos.
- Profesor: Pablo Mendivil Landa ([pmendivill@external.unav.es](mailto:pmendivill@external.unav.es))

### **Trabajos Voluntarios**

Todos los trabajos se enviarán a la dirección de correo [ricoh\\_amigos@unav.es](mailto:ricoh_amigos@unav.es), especificando en el asunto que se trata del trabajo "x" para la asignatura de Logística



## **COMPETENCIAS**

### **Competencias básicas (ADE y ECO)**

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

### **Competencias generales (ECO y ADE)**

CG6) Saber comunicar oralmente o por escrito, resultados y análisis de utilidad en lo económico y empresarial

### **Competencias específicas para asignaturas optativas (ECO)**

CE06) Conocer y/o profundizar aspectos prácticos de la empresa, tales como por ejemplo, la creación, administración, valoración de empresas etc.

CE07) 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.

### **Competencias específicas para asignaturas optativas (ADE)**

CE10) Conocer de forma más avanzada aspectos teórico-prácticos de la empresa, como por ejemplo en la administración y toma de decisiones

CE11) Conocer de forma más avanzada de los instrumentos fundamentales para la planificación, programación y control que soportan las actividades de la empresa

## **PROGRAMA**

### **PROGRAMA**

#### **TEMA 1. Introducción a la Logística.**

Orígenes de la Logística y su evolución hasta lo que es hoy en día.

#### **TEMA 2: Gestión de la cadena de suministro.**

En este tema se define y analiza la cadena de suministro. Se trata también sobre la influencia en la misma de las diferentes características del Producto.

#### **TEMA 3: Planificación de la Producción.**

En este tema se analizan las diferentes etapas en la planificación de la producción y su incidencia directa en la Logística.

#### **TEMA 4: Logística de Aprovisionamiento/Distribución.**

En este tema se tratan en detalle las diferentes estrategias y conceptos relevantes en el Aprovisionamiento/Distribución.

#### **TEMA 5: Transporte.**

En este tema se ven las características y los desafíos a los que se enfrentan los



diferentes modos de transporte.

### **TEMA 6: La Logística en época de Pandemia.**

En este tema se da una completa visión sobre el papel de la Logística y las repercusiones en la misma de la reciente pandemia.

### **TEMA 7: Diseño y gestión de almacenes.**

En este tema se da una completa visión sobre las funciones, estrategias y sistemas de almacenamiento.

### **TEMA 8: Gestión de inventarios**

¿Son necesarios los inventarios? Índice de Rotación. Índice de Cobertura. Sistemas de gestión de inventarios.

### **TEMA 9: Logística inversa.**

Todo principio tiene su fin ¿Qué pasa la final de la vida del producto? Principales decisiones en la gestión de la cadena inversa.

## **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

---

### **Actividades presenciales: 50 horas.**

#### **1. Clases expositivas: 38 horas**

En estas clases se explican los aspectos más relevantes de los temas incluidos en el programa. El contenido de las clases se suministrará con anterioridad en ADI, siendo recomendable que los alumnos acudan a las clases habiendo leído previamente dicha documentación.

Objetivos de competencias de habilidades: 1 a 6.

Objetivos de competencias de contenidos: 1 a 6.

#### **2. Resolución de casos: 6 horas**

Análisis de casos para la resolución y análisis de empresas reales, donde se analizan sus decisiones y estrategias de logística.

Objetivos de competencias de habilidades: 1, 2, 3, 4, 6

Objetivos de competencias de contenidos: 1, 6.

#### **3. Visitas y sesiones con expertos: 6 horas.**

Nos ayudarán a conocer experiencias reales y salidas profesionales en el ámbito de la logística.



Objetivos de competencias de habilidades: 5.

Objetivos de competencias de contenidos: 1.

**Actividades no presenciales: 100 horas.**

**1. Tutorías: 1 hora (individual o en grupo)**

Objetivos de competencias de habilidades: 1 a 6.

Objetivos de competencias de contenidos: 1 a 6.

**2. Trabajo individual: 94 horas.**

Objetivos de competencias de habilidades: 1 a 6.

Objetivos de competencias de contenidos: 1 a 6.

**Evaluación: 5 horas.**

Objetivos de competencias de habilidades: 1 a 6.

Objetivos de competencias de contenidos: 1 a 6.

**EVALUACION**  
**EVALUACION**

**Exámenes: 50%**

Habrá un examen parcial en el mes de octubre. Si se saca más de un 5, el alumno podrá liberar esa parte del examen final.

**Participación: 30%**

Participación en clases y en actividades, y Comentario de la noticia actual sobre Logística

**Trabajos: 20%**

Trabajo en Grupo / Organización Jornada Logística

**Trabajo en grupo:**

Durante las primeras clases del curso se plantearán posibles temas para que los alumnos, en grupos de 3, vayan escogiendo el tema de su trabajo.

Los trabajos se expondrán (15 minutos por grupo, aproximadamente) a partir de la primera semana de noviembre.



Universidad  
de Navarra

### **IMPORTANTE:**

Si se libera el primer parcial (más de 5), la media de la nota de éste con el segundo debe ser, mínimo, 4, para poder aprobar la asignatura.

Los alumnos que se examinen en diciembre de toda la asignatura, deberán sacar, mínimo, 4, para aprobar la asignatura.

### **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

Examen final: 60%

Este examen será sobre el total del contenido, y habrá que sacar, mínimo, 4, para aprobar la asignatura.

Se mantendrá la nota obtenida en Participación y en Trabajos durante el curso (40%).

### **BIBLIOGRAFIA Y RECURSOS**

#### **BIBLIOGRAFIA Y RECURSOS**

Bibliografía recomendada de consulta (No es necesario adquirir los libros)

**R.H. Ballou (2004)**, "Logística: Administración de la Cadena de Suministro", Prentice-Hall.  
[Localízalo en la Biblioteca](#)

**A. Errasti (2011)**, "Logística de almacenaje", Pirámide. [Localízalo en la Biblioteca](#)

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

### **HORARIOS DE ATENCION**

Pablo Mendivil [pmendivil@external.unav.es](mailto:pmendivil@external.unav.es)



**Asignatura: Machine Learning (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/machine-learning-f-economicas/>

## **Machine Learning (F. Económicas)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:** Machine Learning consiste en un conjunto de algoritmos para obtener información de los datos. Se puede usar para reconocer caras en fotos o que un coche se maneje solo, o para estimar cuándo un cliente puede dejar de comprar, o una persona que ha pedido un préstamo puede dejar de pagarlo, etc. En este curso usaremos **R** o *Python*. Estos lenguajes aplican acciones a objetos. En este curso de Machine learning se aplicarán diversos algoritmos a dataframes (objetos tipo hoja de cálculo). Desarrollar los algoritmos es complicado, pero usarlos es fácil. En el curso se trata de aprender a manejar bien los objetos y las acciones; y a interpretar los resultados.
- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 6 (150h)
- **Curso y semestre:** A partir de tercero, incluido, y se dará en el primer semestre.
- **Idioma:** Castellano (If a student does not speak Spanish but speaks English, we could make an arrangement. All scripts are in English and Spanish)
- **Titulaciones en las que se imparte:** Economics (ECO), Administración y Dirección de Empresas (ADE)
- **Profesor responsable de la asignatura:** Francisco Galera
- **Horario de clases:** Martes y miércoles de 10 a 12.
- **Aula:** Aula de informática de la primera planta

## 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**

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

### **Competencias Específicas del grado en Economía**

- **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.
- **CE16** - Utilizar en las aplicaciones prácticas los conocimientos, capacidades y competencias adquiridas.
- **CE17** - Saber combinar el razonamiento económico con el propio de otras disciplinas.
- **CE19** - Aplicar con criterio técnicas cuantitativas, software adecuado y/ o procedimientos metodológicos en la realización de un trabajo sobre temas económicos.

### **Competencias Específicas del grado en Administración de Empresas**

- **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.
- **CE17** - Aplicar con criterio técnicas cuantitativas, software adecuado y/o procedimientos metodológicos en la realización de un trabajo sobre temas de alguna de las áreas de Administración y Dirección de Empresas.

## **Programa**

Tradicionalmente los métodos usados en *Machine Learning* se han clasificado en



dos:

1. *Supervised Learning*: los datos que se tienen incluyen la variable que se quiere estudiar;
2. *Unsupervised Learning*: los datos no incluyen ninguna variable que se quiera explicar; se busca alguna inteligencia de los datos.

Hay otras clasificaciones: en el *semi-supervised learning* los datos que se tienen incluyen sólo algunos valores de la variable que se quiere estudiar; en el *reinforcement learning* se usan recompensas y castigos para que la máquina aprenda en un entorno muchas veces relacionado con la teoría de juegos. En este curso sólo veremos las dos tradicionales.

## 1. Introducción

1. Manejo básico de **R** o *Python*
  - Estructuras de datos
  - Visualización
2. Introducción al *Machine Learning*
  - Ejemplos
  - Eficiencia de los algoritmos

## 2. **El flujo del supervised machine learning**

1. Dividir en train y test
2. Preprocesar e imputar
3. Validación cruzada
4. Buscar los mejores parámetros
5. Métricas

## 3. **Algoritmos de supervised Learning**

1. El algoritmo *knn*
2. *Naive Bayes*
3. Árboles de decisión
4. Regresión lineal
5. Regresión logística
6. *Support vector machines*
7. Redes neuronales y *deep learning*
8. *Bagging: Random forests*
9. *Boosting*

## 4. **Unsupervised Learning**

1. Clustering: *kmeans* y otros algoritmos
2. Reducción de dimensionalidad: *pca*, *t-sne*, etc.
3. Reglas de asociación: *apriori*, y sistemas de recomendación

## 5. **Algoritmos para el análisis de textos**





## Evaluación

### La evaluación se hará siguiendo los siguientes puntos:

- No habrá examen de la asignatura en diciembre, pero sí en junio para los que no pasen. Todo alumno que asista a todas las clases, haga los ejercicios, se ponga en contacto con el profesor para hacer los trabajos, y presente los trabajos teniendo en cuenta las sugerencias del profesor, pasará la asignatura en diciembre.
- Esta asignatura es práctica, y gran parte de esa práctica se hará en clase. Por tanto, el trabajo en clase (fundamentalmente los ejercicios que habrá que hacer, aunque también la participación: preguntas, ideas, etc.) contará un 40% de la nota. Es **obligatorio** asistir a clase. Cualquier falta a clase se tiene que sanar con un **examen práctico**, que se hará mediante una conversación con el profesor.
- El otro 60% de la nota vendrá de **dos** trabajos individuales, uno *supervised* y otro *unsupervised* (*hay que hablar con el profesor para que dé su visto bueno a los datos a estudiar*) en los que el alumno tendrá que demostrar que sabe emplear las técnicas expuestas en clase. La calificación de los trabajos vendrá no sólo de lo escrito; el profesor preguntará a los alumnos detalles del trabajo para asegurarse de que saben qué están haciendo, y en su caso sugerir cambios o mejoras.
- No hay que esperar al final para hacer los trabajos. Conviene ir haciéndolos a medida que avanza la asignatura. **La fecha límite para entregar los trabajos es la última clase del curso.**
- Los alumnos que no superen la asignatura en diciembre tendrán que hacer un examen. Se les dará una base de datos y una serie de tareas como las que hemos visto en clase. La nota del examen vendrá del número de tareas bien hechas. Ese examen pesará un 75%, y el 25% restante vendrá de la nota de clase.

## Actividades formativas

- Necesitarán instalar **R** y/o *Python* en sus ordenadores (ambos son gratis y no necesitan licencias), o usar los ordenadores de la universidad que tienen estos programas.
- **Clases presenciales:** Se pasará lista en las clases. El profesor hará una pequeña exposición para explicar qué significa lo que se va a hacer; pero sobre todo consistirán en mucha práctica por parte de los alumnos, preguntando siempre las dudas.



- **Ejercicios:** Tendrán unos scripts con prácticas y ejercicios con preguntas orientadas a que comprendan mejor lo que están haciendo.
- **Trabajo:** Hay que hacer dos trabajos: uno utilizando técnicas *supervised* y otro *unsupervised*. Pueden usar los mismos datos para los dos trabajos o usar datos distintos. Los trabajos son individuales, pero pueden aprovechar sinergias con el trabajo de otros: ver cómo han presentado un resultado, o cómo han hecho un análisis concreto, etc.
- **Reuniones con el profesor:** Es lógico que surjan problemas con el código (algo no sale, etc.). Pueden buscar la solución en internet, o *consultar al profesor*, en persona o por correo, sobre cualquier cuestión relacionada con la asignatura. En ocasiones será conveniente *organizar reuniones informales* con el profesor para cuestiones relacionadas con **R** o *Python*, o con problemas concretos que se presenten en los trabajos.
- **Otras actividades:** Los datos casi siempre estarán ya preparados de antemano, pero, en la práctica, la mayor parte del trabajo en *machine learning* consiste en *limpiar* los datos. Si se ve conveniente, *tendremos algunas sesiones* fuera de clase para los interesados en estas tareas.
- Tanto las técnicas usadas en esta asignatura como los resultados de los trabajos pueden ser empleadas para completar trabajos fin de grado.
- El cómputo aproximado de horas es el siguiente: 60 horas para clases y preparación de clases, 50 para prácticas fuera de clase y todo tipo de reuniones, y 40 horas para los trabajos. En total unas 150 horas.

## Bibliografía y recursos

Hay algunos libros cuyos autores los dejan gratis en internet. Entre ellos, los siguientes pueden ser útiles, especialmente el primero:

1. [\*An Introduction to Statistical Learning with Applications in R\*, G. James, D. Witten, T. Hastie and R. Tibshirani](#)
2. [\*A Course in Machine Learning\*, H. Daumé III](#)
3. [\*Bayesian Reasoning and Machine Learning\*, David Barber](#)
4. [\*The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction\*, T. Hastie, R. Tibshirani, J. Friedman](#)

Para *Python* hay gran cantidad de libros en internet, pero quizá lo más interesante es la página web de Scikit-Learn, que contiene una inmensa cantidad de información, muy útil, pero a veces un poco técnica:

1. [Página web de scikit-learn](#)
2. [Un libro que explica cómo analizar texto con Python](#)

Un libro con un enfoque práctico, como el que tratamos de dar a esta asignatura, es el siguiente



1. Lantz, Brett: *Machine Learning with R*. Hay dos ediciones; cualquiera vale.  
[Localízalo en la Biblioteca](#)

Hay una serie de libros a los que se puede acceder libremente online. Entre ellos pueden ser interesantes los siguientes:

1. [R for Data Science](#)
2. [Text mining with R](#). Os puede interesar si queréis hacer text mining.
3. [Un tutorial breve de R](#)

Un [enlace](#) donde encontrar los paquetes de **R** relacionados con *Machine Learning*. Muchos paquetes de **R** contienen bases de datos. También se puede buscar en internet. En cualquier caso los siguientes enlaces contienen muchos ejemplos interesantes:

- [UCI Machine Learning Repository](#)
- [Kaggle](#). Hay que apuntarse (es gratis) para poder bajar bases de datos
- [Bases de datos de paquetes de R](#). Hay una descripción y la base de datos.

Algunos *cheatsheets* para **R**, y *Python*:

- [R Base](#)
- [Cheat sheet para Python](#)
- [Cheat sheet para Matplotlib, Pandas y Seaborn](#)
- [Import data en R](#)
- [Data transformation en R](#)
- [Gráficos con ggplot](#)

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

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

## Horarios de atención

### Hora y lugar de atención

**Profesor:** Francisco Galera: [fgalera@unav.es](mailto:fgalera@unav.es). Despacho 3030 (3ª planta, torre del Edificio Amigos).

**Horario de atención:** Se concretará más adelante



**Asignatura: Machine Learning for Asset Valuation\_20 (F.  
Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Introduction**

<https://asignatura.unav.edu/machine-learning-for-asset-valuation20-f-economicas/>

# **Machine Learning for Asset Valuation\_20 (F. Económicas)**

---

- **Course Description**

The course is composed of two modules:

Module 1: The objective is to teach students Python and use cases for finance. The course does not assume any previous knowledge of Python or coding.

Module 2: The objective is to teach students the main Machine Learning Techniques. The focus of the course is on practicalities of Machine Learning in Finance. After completion of the course the students will know the main models and algorithms from such areas of Machine Learning as Supervised/Unsupervised Learning and Reinforcement Learning. The examples are provided in Python code using Jupyter Notebooks. The course is designed by practitioners. Basic level of programming in Python is required as well as basic level math in such areas as Linear Algebra, Statistics, Theory of Probabilities and Optimization.

- **Type:** Mandatory for Finance and Accounting students
- **ECTS:** 3
- **Year and Semester:** Second year, First semester
- **Language:** English
- **Degree:** Degree in Management with Specialization in Finance and Accounting
- **Módulo y materia de la asignatura:** Optativas, Optativas específicas del perfil Finance and Accounting
- **Professor in charge:** Carmen Aranda
- **Other professors:** [Saeed Amen \(saeed@cuemacro.com\)](mailto:saeed@cuemacro.com) & [Ivan Zhdankin \(zhdankin.ivan@gmail.com\)](mailto:zhdankin.ivan@gmail.com)
- **Timetable:** It is an intensive course taught in 4 days.



**Dates of classes:**

Thursday and Friday, February 10th and 11th 2022.

Thursday and Friday, March 3rd and 4th, 2022

• **Time of classes:**

Lecture 2:00pm-4:00pm

Break 30 min

Lecture 4:30pm-6:30pm

Break 30 min

Tutorial 7:00pm-8:00pm

• **Room:**

- February 10th. Room: Aula 07
- February 11th and March 4th. Room: Aula 11
- March 3rd. Room M2

**Competences**

SSOP22: Know about and manage advanced tools and techniques to value financial assets

SSOP23: Gain an in-depth knowledge of the workings of financial markets

**Course Outline**

Topic 1: Introduction to Python

Topic 2: Data analysis in Python

Topic 3: Analysis of financial data

Topic 4: Financial market case study

Topic 5: From statistics to supervised Machine Learning

Topic 6: Ensemble and Deep Learning

Topic 7: Unsupervised Machine Learning with use cases from Finance

Topic 8: Reinforcement Learning for Finance applications



## Educational Activities

Posted on the restricted area for students

## Assessment

The evaluation system is composed of:

Activities	% of total grade	Points over 10
Problem set 1	20%	2 points
"In-class" Tests	0%	0 points
Projects	50% (25% each)	5 point
Final Exam	30%	3 points

- **The final exam will be held on May 13th from 9:00 am to 11:00 am. It will be in-class with your own computers. It will be a multiple choice question exam.**
- To pass the subject, a minimum grade of 4 over 10 in the final is required. For students not meeting this condition, the subject's grade will be the one obtained in the final exam.
- If students, for whatever reason, don't take the final exam, they will get a "No presentado".
- The evaluation system for June will have the following weights: Projects (50%) and re-take exam (50%).

## Bibliography and Resources

Introduction to Python

– Introducing Python: Modern Computing in Simple Packages - Bill Lubanovic (O'Reilly)

• <https://www.amazon.co.uk/Introducing-Python-Modern-Computing-Packages/dp/1449359361>

• Data analysis in Python

– Python for Data Analysis - Wes McKinney (O'Reilly)

• <https://www.amazon.co.uk/Python-Data-Analysis-Wes-Mckinney/dp/1491957662/>

• Analysis of financial data

– Trading Thalesians - Saeed Amen (Palgrave Macmillan)

• <https://www.amazon.co.uk/Trading-Thalesians-Ancient-World-Teach/dp/113739952X/>

– Python for Finance - Yves Hilpisch (O'Reilly)

• <https://www.amazon.co.uk/Python-Finance-Mastering-Data-Driven/dp/1492024333/>



Universidad  
de Navarra

- Financial market case studies using Python
  - The Art of Currency Trading: A professional's guide to the foreign exchange market
- <https://www.amazon.co.uk/Art-Currency-Trading-Professionals-Exchange/dp/1119583551>

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

## **Office Hours**

To be announced at the beginning of the course



**Asignatura: Marketing I (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Introduction**

### **Course description:**

In the past, companies focused in producing products the best they could. However, nowadays the vast majority of successful corporations have opted for a more sophisticated marketing approach where all their efforts, directly or indirectly, are centred in fulfilling the customer needs. In this type of organizations, the marketing department serves as a key coordinator between the different areas of a company in order to serve the market in the best and most sustainable way. Therefore, it is crucial that any manager of the 21<sup>st</sup> century understands perfectly the role of marketing in an organization, even when he or she works in a function different to that of marketing. Furthermore, given that marketing is everywhere, as consumers it is very important to understand the impact of marketing in our lives.

*Marketing I* intends to introduce students to the key concepts and theories of the field. Its main objectives consist in providing the managers of tomorrow with a solid foundation of marketing theory, instil in them a marketing mindset, and develop their capacity to successfully apply marketing instruments in order to properly tackle the several challenges faced by organizations.

**Academic course:** First semester of 3<sup>rd</sup> year of ADE (Bilingual) and 4<sup>th</sup> year of ADE+Law (Bilingual). Economics students can also take it during the same term as an elective course.

**Class schedule:** Monday 3:30pm – 5:15pm (room 11) and Friday 8:00am – 9:45am (room 16)

**ECTS:** 6

**Language:** English

**Professor:** Nuno Jose Lopes ([njlopes@unav.es](mailto:njlopes@unav.es); office room 2210, Hilera)

**Office hours:** Wednesday from 10:00 am to 6:30 pm

## **Competences**

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC1. Students should be able to apply into their job or vocation the knowledge acquired. They should be able to demonstrate their general competencies by developing and defending arguments, and by solving problems within their





respective area.

BC2. Students should be able to gather and interpret relevant data (normally within their field of study) in order to make judgments that encompass the different social, scientific and ethical topics that arise within the field of marketing.

BC3. Students should be capable of conveying information, ideas, problems and solutions to both specialized and general audiences.

BC4. Students should develop learning skills necessary to undertake higher programs of study with greater independence.

### **General Competencies (Management and Economics)**

GC1. Identify, incorporate and use acquired knowledge in argument discussion and problem solving when it applies to economics and business.

GC2. Master the digital, mathematical and technical tools necessary for academic and professional activity in economics and business.

GC3. Foster the capacity for teamwork.

GC4. Develop the capacity for independent critical thinking on matters relevant to economics and business.

### **Specific Competencies (Management)**

SC1. Analyse marketing goals, strategies and projects.

SC2. Solve case studies on areas related to economics and business.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)**

SC3. Acquire and improve the understanding of practical aspects of business, including start up evaluation, creation, and administration.

SC4. Acquire a deeper understanding of the business world and sharp skills in business activities such as accounting, finance, project management and quality control.

## **Program**

**Chapter 1:** Marketing: Creating Customer Value and Engagement

**Chapter 2:** Company and Marketing Strategy

**Chapter 3:** Analyzing the Marketing Environment

**Chapter 4:** Managing Marketing Information to Gain Customer Insights

**Chapter 5:** Consumer Markets and Buyer Behavior – B2C



**Chapter 6:** Business Markets and Business Buyer Behavior – B2B

**Chapter 7:** Customer Value-Driven Marketing Strategy – STP

**Chapter 8:** Products, Services, and Brands: Building Customer Value

**Chapter 9:** Developing New Products and Managing the Product Life-Cycle

**Chapter 10:** Pricing: Understanding and Capturing Customer Value

**Chapter 11:** Pricing Strategies: Additional Considerations

**Chapter 12:** Marketing Channels: Delivering Customer Value

**Chapter 13:** Retailing and Wholesaling

**Chapter 14:** Engaging Consumers and Communicating Customer Value: Mrk. Communication

**Chapter 15:** Advertising and Public Relations

**Chapter 16:** Personal Selling and Sales Promotion

**Chapter 17:** Direct, Online, Social Media, and Mobile Marketing

**Chapter 20: Sustainable Marketing: Social Responsibility and Ethics**

## **Assessment**

### **Team Assignments (30%)**

- Along the term, students – in groups of two people – will be required to analyse three case studies. The tasks for each case study will be posted in ADI a few days before its deadline. A Word document with the group answers must be emailed to the professor before the deadline. Additionally, at the discussion day the group must hand in the same Word document to the professor. If you cannot attend the discussion, ask a colleague to bring your document to class.
- Deadlines:
  - **Case Study 1 (10%):** 1<sup>st</sup> October, 8:00am - For this case study you are not required to send any document to the professor. Your evaluation will be based exclusively on your participation in class that day.
  - **Case Study 2 (10%):** 22<sup>nd</sup> October, 8:00am.
  - **Case Study 3 (10%):** 24<sup>th</sup> November, 8:00am.



### **Individual Midterm Exam (20%)**

- A mandatory midterm exam on the 4<sup>th</sup> of October will examine chapters 1-7.
- The exam will have eight multiple-choice questions and two writing questions.

### **Individual Final Exam (50%)**

- A mandatory exam at the end of the term (10th of December, 4:00pm-5:15pm) will examine chapters 8-17 and 20.
- The final exam will have four multiple-choice questions and three writing questions. To approve the final exam it is necessary to achieve a grade equal or higher to 5.00 (out of 10.00) in two of the three writing questions.
- Additionally, **to approve the course it is necessary to obtain a minimum of 4.00 (out of 10.00) in the final exam.**

### **Honesty is the best policy:**

(Ethics Committee Provisions Against Plagiarism and Copying)

We value honesty. Without it, there can be no trust or any meaningful social relations. Therefore, the School expects honesty and fairness from all of its members: professors, non-academic staff, and students.

Dishonest behaviours will be sanctioned in accordance with the [University Norms on Student Academic Discipline of August 2015](#), and include lying, cheating in exams, and plagiarism in written work. We take such violations seriously. Depending on their gravity, these offences will be dealt with by the Professor in charge of the subject, by the Dean of Students, and in very severe cases, by the Vice President for Student Affairs.

Sanctions include:

- Formal warnings
- Prohibition from entering University premises for a given period
- Loss of admission rights to exams
- Loss of scholarships
- A failing grade for the piece of work or the whole course

### **Bibliography**

It is recommended to use the handbook as it covers in detail what we learn in class. Other editions of the handbook work fine as well.



Universidad  
de Navarra

**Handbook:**

Kotler, P. & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. 18<sup>th</sup> ed., Pearson Education  
[Localízalo en la Biblioteca](#)

**Additional:**

Chernev, A. (2014). *Strategic Marketing Management*. 8<sup>th</sup> ed., Cerebellum Press.

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

**Office Hours**

Students can pass by the professor's office every Wednesday from 10:00 am to 6:30 pm. No need to request an appointment beforehand.



**Asignatura: Marketing II (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Learning Activities**

1. Academic lectures
2. Lectures conducted by external professionals
3. Out-of-class assignments
4. Business Cases
5. Inclass practical activities

## **Bibliography**

Books:

### **Textbook:**

- Malhotra, Naresh K. (2015). Essentials of Marketing Research, Global Edition, Pearson. ISBN-13-9781292075143. [Find it in the Library](#)

### **Other:**

- Malhotra, Naresh K. (2020). Marketing Research: An Applied Orientation, Global Edition, Pearson.
- Hair, Bush, Ortinau (2012). Essentials of Marketing Research. 2nd ed. McGraw-Hill [Find it in the library](#)
- Malhotra, Birks, Wills (2012). "Marketing Research: An Applied Approach". Pearson Ed. [Find it in the library](#)
- Other required readings will be assigned. These will be available in class, or via the course website.

### **Web Resources:**

- 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>



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

## Office HoursProgram

- 1 . Introducción y fases iniciales de la Investigación de Mercados
2. Definición del problema de Inv de Mdos y desarrollo del enfoque
3. Diseño de la investigación, datos secundarios y sindicados
4. Investigación cualitativa
5. Encuestas y observación
6. Medición y escalas
7. Diseños de cuestionarios y formularios
8. Muestreo: Diseño y procedimientos
9. Recopilación, análisis y presentación de los datos
10. Análisis de datos

## Introduction

<https://asignatura.unav.edu/marketing2econom/>

Marketing II course is focused on the core of **marketing research**. Consumer behavior and strategies that don't fit with people's desires and preferences are the most common problems in marketing strategies in which the marketing research can help to redefine strategies and product mix.

This course, which belongs to the Marketing module, will allow students to deepen their knowledge of marketing-related plans, projects and strategies, and more specifically, commercial research. Students will learn to design market research, prepare reports, and assess their application to the business world. Throughout the course, various market research techniques will be identified and analyzed including in-depth interviews, group dynamics, neuromarketing techniques, surveys, and experimental studies. At the same time, the different sources of information available and the main information analysis techniques will be analyzed, both in terms of studies of a qualitative and quantitative nature. Students will have the opportunity and challenge to design and implement a complete market research project. Starting from the definition of the management problem and its translation into research objectives and questions, students will identify the most appropriate research design to adequately address the information needs, carry out fieldwork, analyze the data according to their nature qualitative and quantitative and will present the results and their implications for management.



The course is based on permanent active-learning:

- Active in-class lectures
- Out-of-class assignments
- Inclass practical activities
- Both academic lectures and lectures conducted by external professionals

## **Competences**

At the end of the course, students must be able to meet the following objectives:

- Understand the role of Commercial Research in the context of strategic decision making in Marketing
- Analyze the information obtained based on the marketing problems raised, evaluating, and selecting the most convenient decision.
- Apply new technologies to commercial research.

During the course the student must exercise and show significant progress in the development of the following skills:

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

CB2) Students know how to apply their knowledge to their work or vocation in a professional way and possess the competencies that are usually demonstrated through the elaboration and defense of arguments and the resolution of problems within their area of study.

CB3) Students have the ability to collect and interpret relevant data (usually within their area of study) to make judgments that include a reflection on relevant issues of a social, scientific, or ethical nature.

CB4) Students can transmit information, ideas, problems, and solutions to both a specialized and non-specialized audience.

CB5) Students have developed those learning skills necessary to undertake further studies with a high degree of autonomy.

### **General Competencies (Management and Economics)**

CG2) Identify, integrate, and use the knowledge acquired in the argument, discussion, or resolution of relevant problems for the economy and business.

CG3) Mastering relevant computer, mathematical or technical tools for academic and professional activity in economics and business.

CG4) Work as a team.



CG5) Reason autonomously and critically on issues relevant to the economy and business.

### **Specific Competencies (Management)**

CE7) Analyze objectives, strategies, and/or projects in the field of Marketing.

CE8) Develop practical cases on relevant economic and business issues.

CE15) Know the market research techniques

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)**

CE6) Know and/or deepen practical aspects of the company, such as, for example, the creation, administration, valuation of companies, etc.

CE7) To deepen the knowledge and/or skills of areas specific to the study of business activity such as for example, accounting, finance, project management, quality control, etc.

## **Marketing II**

**Instructor:** Francesco Vincenzo Giarmoleo (fgiarmoleo@unav.es) & Nacho Gallardo (igallardoal@external.unav.es)

**Office and office hours:** by appointment

**Class schedule:** Mondays, 12:00-13.30 (Class 16, Building Amigos) and Wednesdays, 8.00-9.30 (Class 10, Building Amigos).

**Prerequisites:** Marketing \_I or any course related.

**Academic course:** Second semester | 3th ADE Bilingüe and 5th ADE Bilingüe + Law

**Status:** Compulsory for students of the Degree in ADE and Double Degree ADE + Law. Optional for students of the Degree in Economics

**Module in the Degree Program:** Marketing.

**ECTS:** 6

**Teaching language:** Spanish

### **Evaluation**





## Evaluation System:

1. Final Marketing Research Project (grupo): **35%**, de lo que el 25% corresponde al documento escrito y el 10% a la presentación oral. Del documento escrito el 10% será a la forma y el 90% al contenido
2. Participación : **10%**
3. Examen Parcial : 20%
4. Final Exam: **35%**



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Marketing Estratégico\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación **MARKETING ESTRATÉGICO**

El marketing es la principal disciplina entre las empresas y sus clientes. El curso abarcará Investigación para la comprensión del comportamiento del consumidor, Satisfacción como factor de fidelización del cliente, Segmentación y Posicionamiento, Canales de distribución y Estrategias de fijación de precios, así como las interacciones entre departamentos y Marketing. Los fundamentos de marketing lo ayudarán a aprender cómo las organizaciones crean valor al evaluar las oportunidades del mercado, desarrollar sus estrategias, comprender las necesidades de los clientes, atraer compradores potenciales y comprender las necesidades y los valores y culturas humanos. La práctica del marketing implica un proceso relativamente simple: comprender al consumidor, evaluar el mercado, establecer un plan, implementar el plan y evaluar los resultados. Sin embargo, el marketing está lleno de elementos complejos y desafiantes, como la investigación profunda de objetivos, las acciones competitivas, el comportamiento del comprador, las capacidades de la empresa y otras influencias ambientales que las empresas no controlan. La sesión de clase reproducirá CONTENIDO, TOMA DE DECISIONES y ACTITUD de un entorno de trabajo real en un

Departamento de Marketing. **Competencias**

CEOP7: Analizar las tendencias actuales en el diseño de objetivos y / o estrategias en la empresa. CEOP8: Desarrollar objetivos, estrategias y / o proyectos en el



campo de la producción, la lógica y el marketing. CEOP9: Identificar nuevas tendencias en el campo del marketing, operaciones y / o modelos de negocio. CEOP10: Desarrollar casos prácticos que describan la estrategia de una empresa y los factores clave en la competitividad de las empresas. CEOP11: Máster en metodologías de gestión de proyectos y análisis de procesos como herramientas básicas para la toma de decisiones en una empresa. **Programa**

Sección 1: Las perspectivas generales de marketing subyacen a las estrategias corporativas, comerciales y de marketing exitosas: 2 horas

Sección 2: Decisiones estratégicas e implicaciones **internacionales**: 2 horas Sección

3: Análisis Comercial y sus implicaciones de marketing: **5C** Sección 4: Comprensión de las oportunidades de mercado: Nielsen + Kantar + **Modelo 16P's**: 2 horas Sección

5: Medición de oportunidades de mercado: pronóstico y conocimiento del mercado:

**Desk Research + I.Mercados** 2 horas Sección 6: Target y a **segmentos de mercado**

**atractivos**: OBJETIVO 2 horas Sección 7: Diferenciación y **posicionamiento** de marca: motivaciones e ideas 2 horas Sección 8: Estrategias de marketing para la industria

minorista y de la moda: 2 horas Sección 9: Caso de posicionamiento: **Urzza** 2 horas

Sección 10: **Auditoría de marketing** 60 preguntas y Cuadro de mando del balance de

marketing: 2 horas Sección 11: Estrategias **digitales** en marketing: 2 horas Sección

12: Marketing en la industria de **servicios**: 2 horas

## **Actividades formativas**

Actividades formativas:

-Clases

-Discusiones y debates

-Trabajos aplicando teoría vista en clase

## **Evaluación**

La valoración de la asignatura será sobre tres apartados que deberá desarrollar el alumno:

-Ensayos y trabajos: 20%

**-Participación en Clase: 30%**

-Examen (Eventualmente trabajo): 50%

-La asistencia a clase ES OBLIGATORIA. El modelo de asignatura es 100% presencial. Las restricciones del aula por situación COVID se explicarán en clase.



## **Bibliografía y recursos**

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. 17th ed. Pearson Educación.

Resources from Harvard Business Publishing

Orville C. Walker, John Mullins (2013) Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach, 8th Edition 259010902 · 9781259010903

Harvard Technical Notes entregadas en clase.

## **Horarios de atención**

El marco de este curso está incluido en la especialidad "Dirección y Estrategia General" y también es una asignatura optativa para los estudiantes de 3º y 4º, así como asignatura optativa de intercambio. Conceptos principales relacionados con el Marketing y su influencia en la Estrategia de la firma es el objetivo principal de este curso, además se discutirán en clase temas reales de marketing, toma de decisiones de marketing y casos de la vida real.

No se matricule este curso **si no podrá asistir a las sesiones de clase:** la asistencia a clase será imprescindible.

- **Tipo:** Obligatoria para el itinerario "General Management and Strategy" y optativa para cursos superiores
- **ECTS:** 3
- **Curso:** - Primer Trimestre
- **Language:** Español
- **Titulo:** Grado en Administración y Dirección de Empresas + Diploma en Dirección de Empresas y Estrategia
- **Professor:** Pedro Mir Bernal - [pmir@unav.es](mailto:pmir@unav.es)
- <https://www.linkedin.com/in/pedromirmarketing/>
- **Horario y aula:** Aula 13 EDIFICIO FCOM Campus Navarra
- Horario de atención a alumnos será programado por mail con el profesor a petición del alumno.



## **Program**

The program is divided into sections. Every class session will cover specific content.

Guest speakers from the marketing field will cover some sessions giving a real-life case or experience.

- Section 1: General Marketing Perspectives Underlie Successful Corporate, Business, and Marketing Strategies: 2 hours
- Section 2: Corporate Strategy Decisions and International Implications: 2 hours
- Section 3: Business Strategies and Their Marketing Implications: 5C's
- Section 4: Understanding Market Opportunities: Nielsen+Kantar+2 hours
- Section 5: Measuring Market Opportunities: Forecasting and Market Knowledge 2 hours
- Section 6: Targeting Attractive Market Segments: TARGET 2 hours
- Section 7: Differentiation and Brand Positioning: Motivations and Insights 2 hours
- Section 8: Marketing Strategies for Retail and Fashion Industry: 2 hours
- Section 9: Positioning Case: Urzza 2 Hours
- Section 10: Marketing Audit 60 questions & Marketing Balance Scorecard: 2 hours
- Section 11: Digital Strategies in Marketing: 2 hours
- Section 12: Marketing in Services Industry: 2 hours

## **Assessment**

The subject assessment will be divided in three parts:

- Essays and summaries: 30%
- Class participation: 30%
- Exam (eventually work): 50%

Class attendance is a must to pass the subject. Class attendance will be checked every day.

## **Competences**

CEOP7: Analyze current trends in the design of objectives and/or strategies in the company.

CEOP8: Develop objectives, strategies and/or projects in the field of production, logística and marketing.



CEOP9: Identify new trends in the field of marketing, operations and/or business models.

CEOP10: Develop practical cases that describe the strategy of a company and the key factors in the competitiveness of companies.

CEOP11: Master project management and process analysis methodologies as basic tools for decision-making in a company.

### **Office Hours**

- **Brief description**
- This course framework it's included in the "General Management and Strategy" major and it is also an elective subject for students of 3rd and 4th, and also an elective for exchange. Main concepts related to Marketing and its influence in the Strategy of the firm is the main goal of this course also real marketing topics, marketing decision making, and real life cases will be discussed in class. Do not take this course if you will not be able to attend class sessions: class attendance will be a must.
- **Type:** Required for "General Management and Strategy" and elective for 3rd and 4th courses.
- **ECTS:** 3
- **Course and semester:** 2nd - 1st
- **Language:** English
- **Title:** International Degree of Management
- **Módulo y materia de la asignatura:** Elective and Specific Elective
- **Professor:** Pedro Mir Bernal - [pmir@unav.es](mailto:pmir@unav.es)
- **Timetable and room:** <https://www.unav.edu/en/web/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/students/timetable>
- Office hours will be booked via mail with the professor.

### **Bibliography and Resources**

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. 17th ed. Pearson Educación.

Resources from Harvard Business Publishing

Orville C. Walker, John Mullins (2013) Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach, 8th Edition 259010902 · 9781259010903

Harvard Technical Notes delivered in class



Universidad  
de Navarra

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

## Introduction

<https://asignatura.unav.edu/marketing-estrategico20-f-economicas/>

# Marketing Estratégico\_20 (F. Económicas)

Marketing is the main discipline among an companies and its customers. The course will cover Research for consumer understanding, Satisfaction as a customer loyalty factor, Segmentation and Positioning, Channels of distribution and Pricing Strategies, as well as the interactions between departments and Marketing.

Marketing Fundamentals will help you learn how organizations create value by evaluating market opportunities, develop their strategies, understanding clients' needs, attracting potential buyers, and understand needs and human values and cultures. The practice of marketing involves a relatively simple process: understanding the consumer, assessing the market, establishing a plan, implementing the plan, and assessing the results. However, the Marketing is full of challenging and complex elements such as deep target research, competitive actions, buyer behavior, company capabilities, and other environmental influences that the companies do not control.

Class session will reproduce CONTENT, DECISION MAKING and ATTITUDE of a real work environment in a Marketing Department.



**Asignatura: Matemáticas Discretas\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/matematicas-discretas20-f-economicas/>

## **Matemáticas Discretas\_20 (F. Económicas)**

---

- **Carácter:** Obligatoria
- **ECTS:** 3 (75 horas de trabajo)
- **Curso y semestre:** 2º curso/ 2º semestre
- **Idioma:** Castellano
- **Título:** Matemáticas Discretas
- **Profesor responsable de la asignatura:** Irantzu Agudero
- **Horario:** Viernes 15:00 a 17:00h.
- **Aula:** Edificio Amigos. Aula07

## **Competencias**

### Competencias generales

- Capacidad de resolución de problemas, toma de decisiones, iniciativa, análisis y razonamiento crítico.
- Conocimiento en materias básicas, que permita aprender nuevos métodos y teorías, y puedan adaptarse a nuevas situaciones.
- Aptitud para aplicar los conocimientos sobre métodos numéricos.
- Capacidad de aplicar los conocimientos matemáticos en la resolución de problemas reales.
- Comprender y manejar conceptos básicos de la teoría de números elemental.

## **Programa**

### Programa

- **Unidad 1.** Teoría de conjuntos: Definición, representación de conjuntos, subconjuntos, operación de conjuntos.
- **Unidad 2.** Relaciones y aplicaciones: Representación de relaciones, tipos de relaciones, relaciones de equivalencia y de orden.





- **Unidad 3.** Funciones y algoritmos: Propiedades de las funciones, función inversa, tipos de funciones.
- **Unidad 4.** Probabilidad: Espacio muestral, probabilidad condicionada, eventos independientes, etc.
- **Unidad 5.** Combinatoria: Principios básicos del conteo, variaciones, permutaciones, combinaciones, repartos y principio del palomar.
- **Unidad 6.** Grafos: Representación de grafos, grafos orientados, tipos de grafos, operaciones con grafos y árboles.

## **Actividades formativas**

Actividades formativas

## **Evaluación**

Evaluación

- Examen T1, T2, T3. 30% (4 marzo)
- Examen T4, T5, T6. 70%

## **Bibliografía y recursos**

Bibliografía y recursos.

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

## **Horarios de atención**

Horarios de atención



**Asignatura: Modern Happiness Studies (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/modern-happiness-studies-econom/>

## **Modern Happiness Studies (F. Económicas)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:**

Modern Happiness Studies follows an empirical, quantitative, and descriptive approach to happiness, understood as “individual subjective wellbeing”, from a variety of disciplines including economics, psychology, sociology, political science, and philosophy. The aim is to help individuals and collectives in their decision-making processes regarding wealth and income, consumption, work, political and religious institutions and their impact on happiness. It also offers a critical integration of all these inputs within an Aristotelian virtue ethics and common good framework.

- **Carácter:** Optional
- **ECTS:** 3
- **Curso y semestre:** 1st term
- **Idioma:** English
- **Título:** Modern Happiness Studies
- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:** Prof. Alejo José G. Sison
- **Horario:** Mondays
- **Aula:** M2, Edificio Amigos

## **Competencias**



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

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

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

CG6 Saber comunicar oralmente o por escrito resultados y análisis de utilidad en lo económico y empresarial.

## **Programa**

Modern Happiness Studies

Introduction: Happiness as “individual subjective well-being”

Happiness and income

Happiness and the psychology of human needs. The biotechnology of happiness.

Happiness and employment. Happiness and inflation

Happiness and institutions. Democracy. Religion.

Critique of Modern Happiness Studies. Integration

## **Actividades formativas**

Welcome to the Modern Happiness Studies class! We meet Tuesdays, beginning **January 11, in Seminar room 15, Amigos Bldg., from 10 to 12 noon.**

Before class, please go over the information in the ADI coursepage. Pay special attention to the "Actividades Formativas" tab, where you find a calendar of activities. There you will find several columns including the date, the topic to be covered, and



the activity or assignment.

The classroom procedure is as follows. **Until January 18**, I shall take care of lecturing (accompanied by powerpoints) and leading the discussions in the more theoretical part of the course.

**From January 25 onwards**, classes will be divided into two periods. **During the first 45 mins**, I shall lecture based on powerpoints and the corresponding pages from the textbook. **During the second half, a group will be assigned to lead the case discussion.** This entails making a short summary and indicating the most salient issues in decision making. You may find the accompanying guide questions useful. Preferably, discussions will be carried out in person, although virtual interventions are also welcome. So discussion means moving forward or going beyond the text together with the other class members. Groups should also be open to some Q&A.

You can do the Harvard Management Mentor Presentation Skills Course on your own following this link: <https://hbsp.harvard.edu/import/899643>

Date	Topic	Activity/Assignment
January 11	Course briefing/house-keeping	
January 18	1. Introduction: Happiness as "individual subjective well-being" (HVEB, pp. 10-38).	New Science of Happiness, <a href="#">The happiness ruse</a> , <a href="#">The best life possible</a> , <a href="#">Greed is dead</a> , <a href="#">This has been the best year ever</a> ,  ( <a href="#">Happiness, Economics and Public Policy</a> )
January 25	2. Happiness and income (HVEB, pp. 39-77).  Group 1	<a href="#">The equality conundrum</a> , <a href="#">Economic Incentives Don't Always Do What We Want Them To</a> , <a href="#">Will Angus Deaton's Nobel Help Change Our</a>



		<p><a href="#">Approach to Poverty?, Revealed: Why Economies Benefit from Fixing Inequality</a></p> <p>(<a href="#">The surprising truth about what motivates us</a>),</p>
February 1	<p>3. a. Happiness and the psychology of human needs (HVEB, pp. 78-110).</p> <p>Group 2</p>	<p><a href="#">The awe of being alive, An Adult's Guide to Social Skills, for Those Who Were Never Taught, Do we possess our possessions or do they possess us?, For the Love of Money.</a></p> <p>(<a href="#">The art of choosing</a>) (<a href="#">Is our attention for sale?</a>)</p>
February 8	<p>3. b. The biotechnology of happiness (HVEB, pp. 111-150).</p> <p>Group 3</p>	<p><a href="#">The Dark Psychology of Social Networks, Three Theories for Why You Have No Time, The Age of Miracles and Misery Machines, Concentrate!</a></p> <p>(<a href="#">How to Escape Education's Death Valley</a>)</p>
February 15	<p>4. Happiness and employment. Happiness and inflation (HVEB, pp. 151-183).</p> <p>Group 4</p>	<p><a href="#">We have the tools and technology to work less and live better, The case for working with your hands, How a New Jobless Era Will Transform America, Why White-Collar Workers Spend All Day at the Office, Earning Income on the Side Is a Large and Growing Slice of American Life, Why don't rich people just stop working?</a></p>



		<a href="#">(What makes us feel good about our work?)</a>
February 22	5.a. Happiness and institutions. Democracy (HVEB, pp. 184-212).  Group 5	<a href="#">Democracy and happiness</a> , <a href="#">Social participation and happiness</a> , <a href="#">Given how little effect you can have, is it rational to vote?</a> , <a href="#">This Is How Democracy Dies</a> , <a href="#">Finland is a Capitalist Paradise</a> , <a href="#">The Clash of Capitalisms</a>  <a href="#">(We, the People, and the Republic We Should Claim)</a>
March 1	5.b. Happiness and institutions. Family (HVEB, pp. 212-224).  Group 6	<a href="#">Can marriage cure poverty?</a> / <a href="#">Marriage won't cure poverty</a> , <a href="#">Marriage makes men better: the economic benefits of settling down</a> , <a href="#">The end of babies</a> , <a href="#">The work that makes work possible</a> , <a href="#">Gen-X Women Are Caught in a Generational Tug-of-War</a>
March 8	5.c. Happiness and institutions. Religion (HVEB, pp. 212-224).  Group 7	<a href="#">Are religious people happier, healthier?</a> <a href="#">Our new global study explores this question</a> , <a href="#">Why we studied the possible links between religion and happiness, health and civic engagement</a> , <a href="#">Weathering the Storm: How Faith Affects Well-Being</a>
March 22	6. Critique of Modern Happiness Studies. Integration (HVEB, pp. 229-287).  Group 8	<a href="#">The spoils of happiness</a> , <a href="#">Clayton Christensen's "How Will You Measure Your Life?"</a> , <a href="#">The well-educated person</a> , <a href="#">The Island Where People Forget to Die</a> .



		<a href="#">(The lies our culture tells us about what matters -- and a better way to live.)</a>
March 29	Capstone. Review	Personal essay: 2-3 pp, double spaced, Times New Roman 12 pt.

April 26		Pre-final exam
----------	--	----------------

## GROUPS

### Group I.

Ahokanto	Elias Herman	eahokanto@unav.es
Ansaldi Bao	Camila	cansaldibao@unav.es
Auguste	Emma	eauguste.1@unav.es
Chávez Guerrero	Nicolás	nchavez.1@unav.es

### Group II.

Dirube	Manuel	mdirube@unav.es
Fassano	Joseph	jfassano@unav.es
García López	Ricardo	rgarcia.33@unav.es
Georjian	Nabih	ngeorjian@unav.es

### Group III.

Gerlach Van Der Biest	Diego Ignacio	dgerlachvan@unav.es
Gordiet	Isa Clara	igordietcla@unav.es
Koskinen	Sonja Susanna	skoskinen@unav.es



Kwok	Fai	fkwok@unav.es
------	-----	---------------

Group IV.

Leitner Konrad	Attila Konrad	aleitnerkon@unav.es
Leleu Régine	Flavie	fleleuregin@unav.es
Leon Caminati	Aniana	aleoncamina@unav.es
Macken	Maeve Heather	mmacken@unav.es

Group V.

Marcos Arenas	Iker Conrado	imarcosaren@unav.es
Matusková	Tereza	tmatukova@unav.es
Morales Mayordomo	Pilar	pmoralesmay@unav.es
Moreno Montoro	Juan Ignacio	jmorenomont@unav.es

Briz José Antonio. [jbrizparede@alumni.unav.es](mailto:jbrizparede@alumni.unav.es)

Group VI.

Nevyhořtzná	Alena	anevyhotna@unav.es
Ng	Pok Yu	png@unav.es
Nikesh Mehta	Nidhi	nnikeshmeht@unav.es
Schaaff	Carolin Elisabeth	cschaaff@unav.es

Alejandro. Ana. [aalejandrol@alumni.unav.es](mailto:aalejandrol@alumni.unav.es)

Group VII.

Sierra Canales	José Wilfredo	jsierra.1@unav.es
TSUBURA	YUKI	ytsubura@unav.es
Takács	Maja	mtakacs@unav.es

Peñaherrera Sebastián. [spenaherrer@alumni.unav.es](mailto:spenaherrer@alumni.unav.es)

Group VIII.

Torre Arias	Camila María	ctorre.1@unav.es
Wilton	Oscar	owilton@unav.es





Universidad  
de Navarra

Wlazió	Tomasz Wojciech	twlazo@unav.es

McMahon.

Eimear.

[emcmahon@alumni.unav.es](mailto:emcmahon@alumni.unav.es)

## Evaluación

Group work and class participation (40%), final exam (40%), personal reflection essay (20%). Students attending classes online can participate via fora, chats, and video presentations with their group.

If the final exam is the only basis of the grade, a mark of 7.5 is required to pass.

## Guide Questions to Modern Happiness Studies

### Introduction

What is the subject matter or object of Modern Happiness Studies (MHS)?  
What is its purpose? What are its defining characteristics as a field of enquiry?  
Could you cite some major protagonists who have contributed to MHS? What backgrounds do they have? What methods do they employ?  
What contributions could be expected from philosophers, particularly, Aristotle, to MHS?

### II. Happiness and income

Explain Easterlin's 3 main research questions and discuss the responses he and others offered.

### III. Happiness and the psychology of human needs

Could consumerist capitalism or a free-market economy by itself make us happy? Why not? According to Scitovsky, what role is education supposed to play?



#### IV. (Biotechnology)

Differentiate among the three levels of happiness (pleasures, life satisfaction, and the normative ideal) from the psychological perspective.

What's the relation between happiness and evolutionary psychology?

Explain the pharmacological and behavioral shortcuts to happiness.

#### V. Happiness and employment

Identify Frey and Stutzer's 4 main research questions and discuss their responses.

#### VI. Happiness and inflation

Are the effects of inflation on happiness symmetrical to those of unemployment?

#### VII. Happiness and institutions

What are institutions? How are they formed? What are the effects of direct democracy and federalism on happiness, in the case of Switzerland?

#### VIII. (Happiness and Families)



Explain the relationship between marriage and happiness.

Does marriage impact men and women differently in their happiness? Why?

IX. (Happiness and religion)

What are the research findings relating religious belief and practice with happiness?

Do principles from the psychology of religion support them? Explain.

Describe the explanatory gaps from the Catholic perspective.

X. Critique of MHS. Integration

According to Kenny and Kenny, how do welfare, contentment and dignity interact in producing happiness?

## **Bibliografía y recursos**

Textbook: A. J. G. Sison, Happiness and Virtue Ethics in Business. The Ultimate Value Proposition, Cambridge University Press, Cambridge, 2015, 317 pp. (ISBN: 978-1-107-04463-0). (HVEB) [Localízalo en la Biblioteca](#) (ebook)

Other readings will be indicated on the course webpage for each session.

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

**Horarios de atención**



Universidad  
de Navarra

Tuesdays, from 1-2 pm in room 2040. Otherwise, write me an e-mail ([ajsison@unav.es](mailto:ajsison@unav.es)) to request for an appointment.



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Money, Banking and Digital Finance\_20 (F.  
ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentation**

<https://asignatura.unav.edu/moneybankingeconom/>

# **Money, Banking and Digital Finance'21-22**

---

**Course:** Money, Banking, and Digital Finance

**Schedule:** Wednesdays 5:30-7:30, Room 02

**FROM THE WEEK OF OCTOBER 4TH ONWARDS, EVERYONE WILL BE ABLE TO ATTEND EVERY CLASS. THE LAST STREAMED CLASS VIA ZOOM WILL BE ON OCTOBER 5TH (THE CLASS OF THAT WEEK, AS AN EXCEPTION, WILL BE ON TUESDAY OCTOBER 5TH AT 2PM).**

**Professor:** Antonio Moreno Ibáñez

**E-mail:** [antmoreno@unav.es](mailto:antmoreno@unav.es)

**Office:** 2530

**Office hours:** 3 hours per week coinciding with office hours set by the professor: Mondays 9-12.

### **Class description:**

How do we pay for things? What are the new payment systems? How is this system changing and why? Are crypto-currencies there to stay? Will there be Central Bank Digital Currencies soon? Will banks survive as we know them? Why are there so many M&As in the banking industry?

What is the role of banks in society? How does asymmetric information influence credit policies by banks? How does the transmission mechanism of monetary policy work through the banking system? What is systemic risk and what was its role in the financial crisis? Why can banks collapse and what is the effect in the overall economy? How can Central Banks avoid bank runs and mitigate systemic risk? Is finance changing in a fundamental way through decentralization?

What is the role of Central Banks in the economy? Why do international stock markets react to lower interest rate setting by the Central Banks? What are the differences between the ECB and the Federal Reserve monetary policy? What is the relation between monetary policy and the 2008 financial crisis? What is the relation between interest rates, GDP and inflation? What is the difference between expected



and unexpected monetary policy actions? What to do when interest rates are close to zero and the economy needs an expansionary monetary policy? What is quantitative easing?

What is the European Banking Union? How is the new banking regulation affecting credit and economic growth? How is monetary policy and banking related to growth and development in poor nations?

“Money, Banking and Financial markets” deals with all these issues and some more. The class is intended to familiarize the student with the monetary policy strategy, implementation and its effects, as well as the role of banks in our economies as (1) transmission mechanism of monetary policy (2) providers of liquidity to the private sector and engine of growth and (3) providers of financial stability in the aftermath of crises

## **Competences**

The goal of this class is to provide a clear understanding of the role of money, monetary policy and banking dynamics, within in a Macro-Finance context. Both positive and normative analysis will be laid out. Students will be exposed to the new developments in monetary policy following the Great Recession.

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC5. Students should have developed the learning skills necessary to undertake higher programs of study with greater independence.

GC5. Developing the capacity for independent critical thought on matters relevant to economics and business.

### **General Competencies (Management and Economics)**

GC6. Communicating results and analyses useful in economics and business, both verbally and in writing.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)**

SC06. Acquiring and improving understanding of the practical aspects of business, including start-up, administration and evaluation.

SC07. Acquiring a deeper understanding of and sharpening skills in fields of study particular to business activities, such as accounting, finance, project management and quality control.

SC10. Applying the knowledge, skills and competencies acquired in the areas of economics and business in internships.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Management)**

SC09. Developing a more sophisticated understanding of finance techniques and practices.

Para nuevas asignaturas, consulte la Memoria oficial.



## Program

Sections highlighted in yellow will be based on students' presentations.

### I. Money

1. Regular Money, Cryptocurrencies and Digital Money
2. Money and the Economy
  1. Money Architecture(s)
  2. Money and Monetary Policy
  3. Money and Financial Stability

### II. Banks

1. Banks as Financial Intermediaries
  1. The role of Asymmetric Information in Banks' Activities
  2. Banking Models
  3. Banking Business
2. Financial Risks Management by Banks
3. Banks post-2008 crisis
  1. Summary of the 2008 Crisis
  2. Systemic Risk
  3. Banking Business post-2008
4. Non - Bank Financial Institutions

### III. Monetary Policy

1. The role of the monetary authority and commercial banks in the provision of liquidity to the economy
2. Conventional Monetary Policy
3. Interest Rate Setting and Monetary Transmission Mechanisms
4. Unconventional Monetary Policy: When monetary policy rates are close to zero (yield curve context)
  1. Quantitative Easing
  2. Forward Guidance
  3. Negative Interest Rates

### IV. Digital Transformation: Money, Banking and Monetary Policy

1. The Future of Money: Will physical money disappear?
2. The Future of Money: Central Bank Digital Currencies
3. The Future of Money: The future role of cryptocurrencies
4. The Future of Money: the role of blockchain and decentralized finance
5. Fintechs and Challenger Banks: Examples, scope
6. Fintechs and challenger banks: How they can enhance financial inclusion
7. Fintechs: Their life-cycle



8. Fintechs as a solution to cyber-security risks: Examples and future
9. Fintechs enhancing payments systems: Examples and future
10. Tech Giants as money providers
11. Tech Giants as banks or financial services providers
12. The Future of Monetary Policy in a world with low interest rates for long
13. The Future of Monetary Policy Frameworks: Average Inflation Targeting and others

## **Educational Activities**

Class presentations by Professor

There will be 2 Surprise-Short Exam-quizzes during the course of the subject. Each will be worth 10% of the grade.

Project presentations: Each group (4 persons) will prepare an- in-class presentation of the project.

Final exam

## **Grading**

A PASS in this class is obtained if you reach 50% of the total grade (Spanish standards)

Quizz Exam #1 (10% of grade): October 13th

Quizz Exam #2 (10% of grade) : November 10th

Project-presentations: 15% of the grade

Final exam: 65% of the grade (IMPORTANT requirement: A grade higher than 40% in the final exam is needed to pass this class)

JUNE GRADING:

Final exam 100% of the June grade

## **Bibliography**

BASIC BIBLIOGRAPHY

- F.S. MISHKIN: The Economics of Money, Banking and Financial Markets Addison Wesley. [Find it in the Library](#)

- R. GLENN HUBBARD: Money, the Financial System and the Economy. Addison Wesley. [Find it in the Library](#)

INTERESTING RELATED BOOKS, ARTICLES





- C. ADOLPH: Bankers, Bureaucrats, and Central Bank Politics. The Myth of Neutrality, Cambridge University Press. [Find it in the Library](#)
- ADRIAN, ASHCRAFT: "[Shadow Banking: A Review of the Literature](#)", Staff Report, No. 580, Federal Reserve Bank of New York, New York, NY .
- S. AMMOUS: The Bitcoin Standard. The Decentralized Alternative to Central Banking . Wiley. [Find it in the Library](#) (ebook)
- B. BERNANKE: The Federal Reserve and the Financial Crisis. Princeton University Press [Find it in the Library](#) (ebook)
- BORDO, M: An Historical Perspective On The Quest For Financial StabilityAnd The Monetary Policy Regime, [NBER Working Paper 24154](#)
- C.W. CALOMIRIS, S.H. HABER: Fragile by Design: The Political Origins of Banking Crises & Scarce Credit, Princeton University Press [Find it in the Library](#)
- M. KING: The End of Alchemy. Norton. [Find it in the Library](#)
- A. ADMATI (2019): [Towards a Better Financial System](#)

#### READINGS AND ARTICLES USEFUL FOR THE PROJECT

- ADRIAN, MANCINI-GRIFFOLI (2019), "[The rise of digital money](#)", IMF Fintech Digital Notes.
- ALTIG, FUHRER, GIANNONI, LAUBACH (2020), "[The Federal Reserve's Review of Its Monetary Policy Framework: A Roadmap](#)", FEDS Notes, Board of Governors Federal Reserve.
- BANQUE DE FRANCE (2020): "[Central Bank Digital Currency](#)".
- BERG, FUSTER, PURI (2021): "Fintech Lending". NBER Working Paper 29421.
- BIS Papers No 101 (2019): "Proceeding with caution -a survey on central bank digital currency-" by Christian Barontini and Henry Holden. [Find it in the Library](#)
- BORDO, M.D. (2021): "Central Bank Digital Currency in Historical Perspective: Another Crossroad in Monetary History", [NBER Working Paper 29171](#).
- BORDO, M.D. and A.T. LEVIN (2017): "Central Bank Digital Currency and the Future of Monetary Policy", Hoover Institution Working Paper. [Find it in the Library](#)
- BORDO, M.D. and A.T. LEVIN (2018): "Digital Cash: Principles and Practical Steps", [NBER Working Paper 25455](#)
- BECH, M. and R. GARRAT (2017): "Central Bank Crypto-Currencies", BIS Working Paper
- BUCHAK, HU, SHAN-JIN WEI (2021): "Fintechs as Financial Liberator", [NBER Working Paper 29448](#).
- CALOMIRIS, C.W. (2020): "[Chartering the Fin-Tech Future](#)", OCC Publications.



- CAPGEMINI REPORT (2017): "[The future of Fintech in the Financial Services](#)"
- CORBET, LUCEY, URQUHART, YAROVAYA (2019): " [Cryptocurrencies as a financial asset: A systematic analysis](#) ", International Review of Financial Analysis 62, 182-199.
- CRISANTO et al (2021): Big Tech Regulation, what is going on?, [FSI Insights on policy implementation 36, BIS.](#)
- De MEIJER, C.R.W. (2018): "[Some Blockchain Predictions for 2019](#)", Finextra.
- FLORAKIS, LOUCA, MICHAELY, WEBER (2020), NBER Working Paper 28196, "Cybersecurity Risk".
- HARVEY, RAMANCHANDRA, BUTERING (2021), [DeFi and the Future of Finance.](#)
- IMF Fintech Notes No19/01 (2019): "The Rise of Digital Money", by Tobias Adrian and Tommaso Mancini-Griffoli.
- KASHYAP, WETHERIT: [Some principles for regulating cyber-attacks.](#)
- KANG, JUNGHO (2018): "[Mobile payment in Fintech environment: trends, security challenges, and services](#)", Human-centric Computing and Information Sciences 8(32).
- LAUBACH, WILLIAMS (2020): "[Measuring the Natural Rate of Interest](#)" (papers and materials in webpage on low real interest rates), New York Fed.
- LEONG, TAN AND OTHER CO-AUTHORS (2017): "[Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startup in China](#)", International Journal of Information Management 37(2), 92-97.
- LIBERTY STREET ECONOMICS: [Coming to terms with operational risk](#)
- NG, KWOK (2017), "[Emergence of Fintech and cybersecurity in a global financial centre: Strategic approach by a regulator](#)", Journal of Financial Regulation and Compliance 25(4).
- OEKE, EMEKA (2019): "[Consumer perception of UK Challenger Banks](#)", Bloomsbury Institute.
- PADILLA, J. (2020): "[BigTech "banks", financial stability and regulation](#)"
- POWELL, J. (2020): "[New Economic Challenges and the Fed's Monetary Policy Review](#)", Speech, Board of Governors, Federal Reserve.
- K. ROGOFF: The Curse of Cash. Princeton University Press. [Find it in the Library \(ebook\)](#)
- SAHAY, ERIKSSON AND OTHER CO-AUTHORS (2020): "The promise of fintech: Financial Inclusion in the Post-COVID-19 Era", IMF Monetary and Capital Markets Department 20/09.
- SÖDERBERG, G. (2018): "[Are Bitcoin and other Crypto-assets Money?](#)", Economic Commentaries, Riskbank
- TAPSCOTT AND TAPSCOTT (2017): "How Blockchain is Changing Finance", Harvard Business Review. [Find it in the Library](#)



Universidad  
de Navarra

- TOWNSED, E. (2017): "[Blockchain Debunked](#)", Macro Voices
- VASUDEVAN, R. (2019): "[Libra and Facebook's Money Illusion](#)", Challenge, <https://doi.org/10.1080/05775132.2019.1684662>
- VILLEROY DE GALHAU, F. (2019): Speech: "Central bank digital currency and innovative payments".

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

## **Office Hours**

### **Office Hours**

Antonio Moreno Ibáñez: Mondays 9-12 or by appointment (2530 Amigos)

## **ExamsRecorded Classes**



**Asignatura: Negocios Digitales\_20 (F. Económicas)**

Guía Docente

Curso académico: 2021-22

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/negocios-digitales20-f-economicas/>

## **Negocios Digitales\_20 (F. Económicas)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:**
- *Digital* has been in the mind of business leaders since the emergence of the *internet*. But for the digital native generation, *Digital* has become its *platform*. This conundrum has created at least 3 types of *Digital Businesses*: Digital Giants (Amazon, FaceBook, Google), Bricks to Clicks, and the Born-Digital. In this course, we will introduce a methodology that encompasses all, in an *All-In Digital Strategy*, through *four synergic phases*. We will learn that crisis like the financial-2008, and the pandemia-2020 have produced a new cadre of firms: firms based on an *algorithm*. *Algorithm Firms* do not follow the traditional and conventional path of egocentrism. *Algorithm Firms* are *Allocentric*, to the extent that they work as *platforms*, where you *orchestrate* other's value offers – while *strengthening your core*. Accordingly, its value proposition offer is always in *expansion* – think in the apps on the iPhone – and it is in a neverending transformation. *Allocentric, Algorithm Firms* move across industries, and their vision – is deliberately fuzzy by design.
- *Digital* ha estado en la mente de los líderes de empresas desde el nacimiento del *internet*. Sin embargo, para los nativos digitales, *Digital* se ha convertido en su *plataforma*. El mundo digital ha creado al menos 3 tipos de *Negocios Digitales*: Gigantes Digitales (Amazon, FaceBook, Google), Bricks to Clicks (empresas que nacieron como "Brick and Mortar", y que han tratado de añadir la dimensión digital a sus modelos de negocio, y aquellas que han nacido *digitales*. En este curso, introduciremos una metodología que abarca todo el universo digital, en un *All-In Digital Strategy*, a través de *4 fases sinérgicas*. Veremos que las crisis financiera del 2008, y la crisis biológica del 2020, han propiciado la creación de un nuevo *cadre* de empresas, empresas que están basadas en un *algoritmo*. Las empresas de *algoritmo* no siguen la trayectoria tradicional *egocéntrica*. Las empresas *algoritmo* son *alocéntricas*, funcionan esencialmente como *plataformas*, donde "orquestan" el valor de otras empresas -- mientras



que fortalecen sus competencias core (únicas). En consecuencia, su proposición de valor está siempre en *expansión* -- como lo son los apps en el iPhone -- y en una transformación sin final. Las empresas *alocéntricas*, de *algoritmo* son inter-industrias, y su visión es deliberadamente difusa.

- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 3
- **Curso y semestre:** Segundo curso - Segundo semestre
- **Idioma:** Español
- **Título:** ADE
- **Módulo y materia de la asignatura:** Optativa
- **Profesor responsable de la asignatura:** Alejandro Ruelas-Gossi
- **Horario:** por confirmar
- **Aula:** por confirmar

## **Competencias**

Competencias específicas del perfil de Dirección de Empresas y Estrategia:

CEOP7: Analizar las tendencias actuales en el diseño de objetivos y/o estrategias en la empresa.

CEOP8: Desarrollar objetivos, estrategias y/o proyectos en le ámbito de la producción, logística y marketing.

CEOP9: Identificar las nuevas tendencias en el ámbito del marketing, operaciones y/o modelos de negocios.

CEOP10: Desarrollar casos prácticos que describan la estrategia de una empresa y los factores claves en la competitividad de las empresas.

CEOP11: Dominar las metodologías de gestión de proyectos y análisis de procesos como herramientas básicas para la toma de decisiones en una empresa.

## **Programa**

***Ver el syllabus abajo.***

## **Actividades formativas**

Clases presenciales: 30 horas

Trabajo individual: 20 horas

Preparación de clase: 25 horas

## **Evaluación**

- 30% participación en clase.
- 70% tareas para cada sesión que lo requiera.



Universidad  
de Navarra

Evaluación de la participación en clase se basará en el esfuerzo personal.

## **Bibliografía y recursos**

El material para cada clase se dará a los alumnos para la preparación de la misma.

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

## **Horarios de atención**

Horarios de atención



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Gestión de Operaciones B (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/opmanagementeconom/>

# **GESTIÓN DE OPERACIONES - GRUPO B - 2021-2022**

---

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](mailto:jalfaro@unav.es)

Victoria Rodríguez Chacón: [vrodriguez@unav.es](mailto:vrodriguez@unav.es)

Jorge San Miguel Induráin: [jsanmigueli@external.unav.es](mailto:jsanmigueli@external.unav.es)

Juan Francisco Carias: [jfcarias@unav.es](mailto:jfcarias@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 propueseta de mejora.
- Evaluación de la propuesta.
- Presentación de la propuesta.

TEMA 3. Planificación de la producción.

- Visión global 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 más relevantes incluidos en el programa. Los 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:**

- 25% - Corresponde a los trabajos de la parte de Gestión de Proyectos (10%) y Análisis de Procesos (15%)

#### **Examen final:**

- 75% - Corresponde a los exámenes realizados de cada una de las dos partes, Gestión de proyectos (20%), Análisis de Procesos (20%) y Gestión de la Producción (35%)
- Durante el semestre solo es posible evaluarse una vez de cada una de las partes, Gestión de proyectos, Análisis de Procesos y Gestión de la Producción.

### **REQUISITOS PARA APROBAR:**

- Para aprobar la asignatura los alumnos deben obtener por lo menos un 5 sobre 10 en cada uno de los dos apartados (Evaluación continua y Examen final), es decir sacar de media por lo menos 5 en los dos trabajos y sacar de media por lo menos 5 en los tres exámenes.
- Según lo anterior si un alumno suspende el examen de una de las tres partes (Gestión de proyectos, Análisis de Procesos y Gestión de la Producción), pero la media de los tres es por lo menos 5, tiene aprobado el apartado de examen final.

### **EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA:**



- 25% - Se mantiene la media de la nota de los trabajos.
- 75% - Será un examen de las tres partes de la asignatura (Gestión de proyectos, Análisis de Procesos y Gestión de la Producción). Este examen podría contener preguntas relacionadas con los trabajos.

#### REQUISITOS PARA APROBAR:

- Obtener por lo menos 5 sobre 10 en la media de los trabajos y el 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](#) (versión impresa)
- 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. 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](#) (versión impresa)  
[Localízalo en la Biblioteca](#) (versión electrónica)

- 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](#)

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

## Horarios de atención

Profesor [José Antonio Alfaro](#) - cita previa por e-mail - Despacho 2220

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

Profesor Jorge San Miguel - cita previa por e-mail

Juan Francisco Carias: [jfcarias@unav.es](mailto:jfcarias@unav.es) - cita previa por e-mail

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



**Asignatura: Optimization for Business Analytics\_20 (F.  
Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/optimization-for-business-analytics20-f-economicas/>

# **Optimization for Business Analytics**

---

### **Datos Generales**

**Curso:** 2º curso, 2º semestre

**Idioma en que se imparte:** Español

**Profesores:** Leire Alegría, lalegria@external.unav.es o lalegria002@gmail.com

**Fecha y horario:** Los viernes de 5.00 pm a 7.00pm

### **Competencias**

Competencias

### **Programa**

- Formulación de modelos
- Método gráfico
- Método simplex
- Modelo de transporte
- Modelo de redes

### **Actividades formativas**

Actividades formativas

### **Evaluación**

- Practica 1: 30 % (4 de febrero)
- Practica 2: 30 % (4 de marzo)
- Examen: 40 % (28 de abril)

### **Bibliografía y recursos**

Bibliografía y recursos.

- Raymundo Palacios Figueroa - Investigación de operaciones I Programación



Universidad  
de Navarra

lineal

- Taha H.A. (2012) Investigación de Operaciones CDMX Pearson
- Paul R. Thie, Gerard E. Keough (2008) An Introduction to Linear Programming and Game Theory [Find it in the library](#)

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

## **Horarios de atención**

Puede ponerse en contacto con la profesora de la asignatura: Leire Alegria Murillo,  
lalegria@external.unav.es o lalegria002@gmail.com



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Prácticas en Empresa (F. Económicas, Economía)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*



**Asignatura: Programación I\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/programacion-i20-f-economicas/>

## **Programación I\_20 (F. Económicas)**

---

- **Breve descripción de la asignatura:** La asignatura de “Programacion I\_20” se plantea como una introducción a la programación con R, a través de análisis de datos reales además de una visualización gráfica. No requiere de conocimientos previos de informática ni programación, tan sólo una cierta familiaridad con las hojas de cálculo.
- **Carácter:** Obligatoria y Optativa.
- **ECTS:** 3 (75 horas de trabajo por parte del alumno).
- **Curso y semestre:** 4-ECOOb, 4-ADEb, 4-ADE, 2-Gr.ADE+Dat.A b., 2-Gr.Eco+Data A.b, 2-Gr.Eco+Int.Ec.b. Primer Semestre.
- **Idioma:** Castellano.
- **Título:** Economía (ECO) y Administración y Dirección de Empresas (ADE).
- **Módulo y materia de la asignatura:** 4-ECOOb, 4-ADEb, 4-ADE, 2-Gr.ADE+Dat.A b., 2-Gr.Eco+Data A.b, 2-Gr.Eco+Int.Ec.b
- **Profesor responsable de la asignatura:** Borja Balparda.
- **Profesores:** Borja Balparda.
- **Horario:** Miércoles 15:30 - 17:30
- **Aula:** Edificio Amigos. Sótano 1. AulaB2
- **Email:** fbalparda@external.unav.es

## **Competencias**

### **COMPETENCIAS BÁSICAS DEL GRADO:**

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 DEL GRADO**

CG1. Conocer distintas áreas del análisis económico, en su vertiente teórica y/o aplicada.

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

CG3. Preparar informes profesionales y realizar presentaciones multimedia.

CG4. Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y/o empresarial.

CG5. Saber comunicar oralmente y/o por escrito resultados y análisis de utilidad en lo económico y/o empresarial.

CG6. Conocer los diferentes entornos en los que desarrolla su trabajo: la coyuntura, los mercados, el contexto histórico, legal o humanístico.

CG7. Analizar el proceso de definición e implementación de objetivos y/o estrategias en la empresa.

### **COMPETENCIAS ESPECIFICAS:**

CEOP1. Acceder y gestionar datos masivos.

CEOP2. Conocer lenguajes de programación que puedan ser utilizados para resolver problemas de economía y/o empresa.

CEOP3. Trabajar con elementos visuales que ayuden a interpretar y entender conceptos y elementos complejos de problemas económicos y/o empresariales.

CEOP4. Identificar patrones y tendencias y extraer información útil que involucren datos masivos en el área de la economía y/o la empresa.

CEOP5. Comunicar de manera eficiente los resultados a una audiencia profesional en las áreas de economía y/o empresa.

## **Programa**

El programa de la asignatura es el siguiente:

1. Introducción a R.
2. Modificación de Variables.
3. Análisis Preliminar de Variables.
4. Trabajando con Fechas.
5. Corrección de Errores Tipográficos.
6. Unión de Tablas.
7. Filtrado de Datos.
8. Modificación Avanzada de Datos.
9. Extracción Automática de Tablas de Internet.
10. Uso de la API de Google Maps.



## 11. Extracción y Procesamiento de Datos de Twitter.

### Actividades formativas

**Clases presenciales (27 horas):** cada semana habrá dos sesiones de dos horas lectivas cada una en la que se explicarán contenidos teóricos, utilizando ejemplos relevantes.

**Trabajos individuales (19 horas):** habrá de realizarse un trabajo, por lo general semanal.

**Proyecto final (7 horas):** Se realizará en las últimas sesiones.

**Tutorías (7 horas):** los profesores resolverán dudas a los estudiantes, individualmente o en pequeños grupos.

**Estudio/trabajo personal (20 horas):** dedicado principalmente al desarrollo de códigos utilizando R.

### Evaluación

#### CONVOCATORIA ORDINARIA

**Asistencia y participación activa en las clases (10%):** por el enfoque práctico de la asignatura, es fundamental la asistencia a las sesiones y la participación activa en las mismas. Para poder obtener el 10%, el alumno no deberá faltar a más de dos clases (sin justificación).

**Trabajos individuales (60%):** se plantearán trabajos a realizar individualmente. En cada ocasión, se asignará el trabajo para ser entregado a la semana siguiente, al comienzo de la clase.

**Proyecto de la última semana (30%):** será un proyecto a realizar en grupo que habrá de realizarse tanto en clase como fuera de ella. Dicho trabajo consistirá en la realización de un informe en el que los alumnos muestren como se puede extraer valor de los datos utilizando R.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

**La nota final obtenida en convocatoria ordinaria** tendrá un peso del 40% en la convocatoria extraordinaria de junio.

**El 60% corresponderá a un proyecto individual** que cada estudiante deberá realizar siguiendo las instrucciones que los profesores le indiquen.

### Bibliografía y recursos

Dado que es una asignatura basada en código no hay una bibliografía al uso como tal. R es un lenguaje tan extenso que es imposible crear una bibliografía básica por lo que se recomienda la búsqueda internet, recomendándose los siguientes portales:

- <https://stackoverflow.com/>
- <https://www.r-bloggers.com/>

Además de ello dos referencias interesantes para este curso son:

**Data at Work: Best practices for creating effective charts and information graphics in Microsoft Excel**

**Storytelling with Data [Localízalo en la Biblioteca](#) (ebook)**



Universidad  
de Navarra

Bibliografía y recursos.

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

### **Horarios de atención**

El horario de atención será los miércoles de 18:00 a 20:00. Fuera de ese horario se podrán concertar citas por email



**Asignatura: Programming II\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/programming-ii20-f-economicas/>

## **Programming II\_20 (F. Económicas)**

---

- **Brief description of the subject:** The subject of "" is presented as an introduction to programming with Python, through analysis of real data as well as a graphical visualization. It does not require any prior knowledge of computer science or programming, just a certain familiarity with spreadsheets
- **Nature:** Compulsory and Optional.
- **ECTS:** 3 (75 hours of work by the student).
- **Course and semester:** 4-ECO b, 4-ADE b, 4-ADE, 2-Gr.ADE+Dat.A b., 2-Gr.Eco+Data A.b, 2-Gr.Eco+Int.Ec.b. Second Semester.
- **Language:** English.
- **Name:** Economía (ECO) y Administración y Dirección de Empresas (ADE).
- **Module and subject-matter:** 4-ECO b, 4-ADE b, 4-ADE, 2-Gr.ADE+Dat.A b., 2-Gr.Eco+Data A.b, 2-Gr.Eco+Int.Ec.b
- **Professor responsible for the subject:** Borja Balparda.
- **Professor:** Borja Balparda.
- **Schedule:** Wednesday 15:30 - 17:00
- **Classroom:** Edificio Amigos. Sótano 1. AulaB1
- **E-mail:** fbalparda@external.unav.es

## **Competencias**

### **BASIC DEGREE COMPETENCES:**

BC2. Students must know how to apply their knowledge to their work or vocation in a professional way and must have the competences that are usually demonstrated by means of preparing and defending arguments and solving problems within their area of study.

BC3. Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their



area of study) to make judgments that include a reflection on relevant social, scientific and ethical topics.

BC4. Students must be able to transmit information, ideas, problems and solutions to specialized and general audiences.

BC5. Students must be able to transmit information, ideas, problems and solutions to specialized and general audiences.

## **GENERAL DEGREE COMPETENCES:**

CG1. To be familiar with different areas of the theory and/or application of economic analysis.

CG2. To identify, integrate and use the knowledge acquired to argue, discuss and solve relevant problems in economics and/or business.

CG3. To prepare professional reports and/or multimedia presentations on topics related to economics and/or business.

CG4. To prepare professional reports and/or multimedia presentations on topics related to economics and/or business.

CG5. To communicate results and analysis either orally or in writing that are useful to economics and business.

CG6. To be familiar with the different contexts in which their work is carried out: the circumstances, markets and historical, legal or human context.

CG7. To analyse the process of defining and implementing goals and/or strategies in the company.

## **SPECIFIC COMPETENCES:**

SSOP1. Accessing and managing massive data.

SSOP2. Understanding programming languages potentially used to solve economic and/or business problems.

SSOP3. Working with visual elements that provide insights and an understanding into complex concepts and components of economic and/or business problems.

SSOP4. Identify patterns and trends and gather useful information from massive data in economics and/or business.

SSOP5. Effective communication of results to a professional audience in economics and/or business.

## **Programa**

The program of the subject is as follows:

1. Introduction to Python.
2. Modification of Variables.
3. Preliminary Analysis of Variables.
4. Working with Dates.
5. Correction of Typographical Errors.
6. Union of Tables.
7. Filtering Data.
8. Advanced Data Modification.
9. Automatic Extraction of Internet Tables.
10. Use of the Google Maps API.
11. Extraction and Processing of Twitter Data.

## **Actividades formativas**

Actividades formativas

## **Evaluación**

**ORDINARY CALL**

**Attendance and active participation in classes (10%):** due to the practical focus of the



subject, attendance at sessions and active participation in them is essential.

**Individual assignments (60%):** assignments to be carried out individually will be proposed. On each occasion, work will be assigned to be turned in the following week, at the beginning of class.

**Last week's project (30%):** it will be a group project to be carried out both in class and outside of it. Said work will consist of the realization of a report in which the students show how value can be extracted from the data using Python.

## EXTRAORDINARY CALL

**The final grade obtained in the ordinary** call will have a weight of 40% in the extraordinary call in June.

**60% will correspond to an individual project** that each student must carry out following the instructions that the teachers indicate.

## Bibliografía y recursos

Bibliografía y recursos.

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

## Horarios de atención

The opening hours will be on Wednesdays from 5:00 p.m. to 7:00 p.m. Outside these hours you can make appointments by email



**Asignatura: Project Management\_20 (F.Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentation**

### **PRESENTATION**

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

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

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

The aim of the course is to give students the basics of project management so that they can use and apply the tools and methodologies study here along other subject of the degree.

**Duration:** Second Semester

**Course:** Second

**Credits:** 3

**Type of course:** OB / required subject

**Professors:** Joaquín Blanco Díez

**e-mail:** jblancod@external.unav.es

**Language:** English

**Schedule:**

Monday at 18.30 (room B1)

**Teacher's office:** 3060, Amigos Building - Monday evening upon request. 3th floor tower

## **Program**

### **PROGRAM**

- Introduction to project management – why projects are more relevant than ever before.
- Basic concepts in project management
- Scoping the project – what to do, resources and constraints
- Managing time, objectives and duration of a project
- Cost management: Tools and methodologies
- Risk Management: Tools and methodologies



- Quality Management: Tools and methodologies
- Closing the project and learning from experience

## **Competences**

### COMPETENCES

CEOP7: Analyze current trends in the design of objectives and/or strategies in the company.

CEOP8: Develop objectives, strategies and/or projects in the field of production, logística and marketing.

CEOP9: Identify new trends in the field of marketing, operations and/or business models.

CEOP10: Develop practical cases that describe the strategy of a company and the key factors in the competitiveness of companies.

CEOP11: Master project management and process analysis methodologies as basic tools for decision-making in a company.

## **Activities**

### ACTIVITIES

**The course comprises a variety of learning and teaching methods that contains a mix of:**

1. On-campus / virtual classes (20 hours). In these classes the most important aspects of the topics included in the program will be explained.
2. Group Project(8 hours): Students will work in teams to conceptualize and lay out a project using the ideas / frameworks discussed during the course.
3. Assessment (2 hours).

#### **Non-classroom activities.**

The student will spend about 15 hours working with the subject material, understand the concepts explained in the classes taught, exercises, prepare the case studies make the group work, and study for exams.

## **Assessment**

### ASSESSMENT

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

#### **May announcement:**

1. Group Project: **30%**.





2. Final on-line / class assessment of theoretical and practical content: **70%**. The student must pass this section.

**June announcement:**

1. **On-line / in-class** assessment of theoretical and practical content: **70%**. The student must pass this section.

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

## **Bibliography**

### BIBLIOGRAPHY

- Antonio Nieto-Rodriguez (2021). Project Management Handbook (2021). Harvard Business Review
- Antonio Nieto-Rodriguez (2019). The project revolution: How to succeed in a project driven world. Lid Publishing Limited. [Find it in the library](#)
- Project Management Institute, Inc. (2008). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide), Fifth Edition. [Find it in the Library](#)
- Michael S. Zambrusky (2008). A Standard for Enterprise Project. [Find it in the Library](#)
- Larry Richman (2011). Improving Your Project Management Skills. [Find it in the Library](#)
- R. Camper Bull (2010). Moving From Project Management to Project Leadership. [Find it in the Library](#)
- Larry Richman (2011). Successful Project Management. [Find it in the Library](#) (ebook)
- Shendar, Aaron & Dvir, Dov (2007). Reinventing Project Management. The diamond approach to successful growth and innovation. Harvard Business Review Press [Find it in the Library](#)
- The ultimate guide to project management. Read it in: <https://zapier.com/learn/project-management>



**Asignatura: Quality Management (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentation**

<https://asignatura.unav.edu/qualitymeconom/>

# **Quality Management (F. ECONÓMICAS)**

### **Course description**

The course aims at helping students understand the importance of Quality Management as an inseparable part of a major task: Business Management.

In class we will cover different points of view, but will focus Quality as a cross-tool for Strategic Management: to see the customer as a main stakeholder, and to practice decision-making and continual improvement.

We will discuss why Total Quality Management (TQM) organizations hold sustainable competitive advantages.

The course also covers numerical tools and statistical aspects of Quality, although not in-depth, as these are specific operation techniques.

The Syllabus includes ongoing improvement methods, such as Lean and Six Sigma, and Quality Systems that can be implemented in any organization, like ISO and EFQM.

No specific previous educational background is needed to follow the course, but intense student work and participation is expected.

### **COVID-19 Ready**

This semester we are going to take advantage of a classroom large enough to receive all of us and, at the same time, be able to maintain safety distance.

Therefore, all Quality Management 21-22 sessions will be face-to-face.

Students officially exempted from attending class, and those with an occasional excused absence, can follow the lectures live on-line via Zoom.

- **Type:** Elective
- **ECTS:** 6
- **Module:** VII Elective courses
- **Subject:** 1 Elective course
- **Semester:** Sep-Dec 2021
- **Language:** English



- **Title:** Quality Management
- **Class hours:** Tue 5.30-7pm & Thu 5.30h-7pm
- **Classroom:** 16 Amigos Building
- **Teacher:** Jose E. Arizón - jarizon@unav.es

## Competencies

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2. Students should be able to apply their knowledge to their job or vocation in a professional way. They should be able to prove their general competencies by developing and defending arguments and solving problems within their subject area.

### **General Competencies (Management and Economics)**

GC5. Developing the capacity for independent critical thought on matters relevant to economics and business.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Economics)**

SC06. Acquiring and improving understanding of the practical aspects of business, including start-up, administration and evaluation.

SC07. Acquiring a deeper understanding of and sharpening skills in fields of study particular to business activities, such as accounting, finance, project management and quality control.

### **Specific Competencies for Elective Subjects (Management)**

SC10. Developing a more sophisticated understanding of business in theory and practice in areas such as Administration and decision making.

SC11. Developing a more sophisticated understanding of basic tools for the planning, programming and control that make business activity possible.

## **Learning Results**

Exercises carried out in class: the students will learn to develop and manage tools related to Total Quality Management.

Exam: the students will be able to demonstrate the domain of concepts and problems related to Total Quality Management.

## Syllabus



- 1.- Introduction to Quality
- 2.- Business Management and Organizational Excellence
- 3.- Leadership and Change
- 4.- Total Quality Management
- 5.- Customer Orientation
- 6.- Quality Management Systems. ISO and EFQM
- 7.- Quality Management Tools I. Basic Tools
- 8.- Quality Management Tools II. New Tools
- 9.- Failure Mode and Effects Analysis
- 10.- Ongoing Improvement Methods. Six Sigma and Lean

## **Educational Activities**

### **1. Classroom lectures: 60 hours.**

The Tuesday sessions will cover the theoretical aspects of the topics included in the syllabus.

The Thursday sessions will be dedicated to practice, through case studies and exercises.

Students are expected to actively participate in class.

### **2. Other activities: 90 hours.**

#### **2.1. Ongoing individual work: 30 hours.**

It is strongly recommended to prepare the classroom lectures in advance, read the provided documents and prepare the case studies and exercises.

Students will work on weekly assignments throughout the semester, which will be a significant part of the final grade..

#### **2.2 Team Project: 30 hours.**

Four-people teams, arranged by the teacher, will analyze in depth and present in class a Quality Management topic, linking their own research findings with themes discussed in class.

Each team will submit at the end of the semester a written report and a PowerPoint slide deck, and will present their work in front of the rest of the class.

Students officially exempted from attending class will also be part of a 4 people team, and must carry out their Team Project work online.



### 2.3. Final exam: 30 hours.

Preparation for the final exam should not be left to the last minute. A two-hour-a-week dedication should be enough for studying the course main concepts and their application.

The 2 hour final exam will include short essay questions from the course syllabus, and a Case Study resolution.

Non-attending students will take the final exam online. The teacher will provide specific indications in advance.

## Assessment

### Ordinary (Dec.) and Extraordinary (Jun.) Calls

The Quality Management final grade will be calculated as follows:

- Weekly assignments + class participation bonus: 30% of course grade
- Team Project: 30% of course grade. All team members receive the same mark. See rubric in Team Project area
- Final exam: 40% of course grade. The exam will consist of a few short essay questions on any of the topics from the syllabus (1h. Close book. 50% of exam mark), and the resolution of a short case study (1h. Open book. 50% of exam mark).

Notes

- The minimum final exam score to pass the course is 4/10
- If a student fails to present the weekly assignments and/or the Team Project, his/her final grade will be calculated only with the final exam score

## Bibliography and Resources

### Course Book

- *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. D.L. Goetsch & S. Davis. Pearson International 7th Ed. (2013 paperback) or 8th Ed. (2015 hardcover) [Find it in the Library](#)

### Other QM References

- *Juran's Quality Handbook: The Complete Guide to Performance Excellence*. J.A. Defeo. McGraw Hill Education 7th. Ed. 2016 [Find it in the Library](#)
- *Total Quality Management. Course Notebook*. Rai Technology University. Bangalore
- *The Lean Six Sigma Pocket Toolbook*. M.L. George et al. McGraw-Hill 2005
- *ISO 9000:2005 & ISO 9001:2015 Standards*
- *EFQM Excellence Model 2020*
- *Effective FMEAs: Achieving Safe, Reliable, and Economical Products and Processes using*



*Failure Mode and Effects Analysis*. C.S. Carlson. John Wiley & Sons 2012 [Find it in the Library](#)

### Related Topics

- *Start With Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. S. Sinek. Penguin 2011 [Find it in the Library](#)
- *Good to great*. J. Collins. HarperCollins 2001 [Find it in the Library](#)
- *The Servant. A simple story about the true essence of Leadership*. J.C. Hunter. Crown Business 2008 [Find it in the Library](#)
- *The Case Study Handbook*. HBR Press 2007 [Find it in the Library](#)

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

### Office Hours

Tue & Thu 15.30h-16.30h. Office 2300 Amigos Building

If you prefer, or you cannot meet face-to-face, we may also connect on-line (Zoom)

In both cases, please throw me an appointment email in advance: [jarizon@unav.es](mailto:jarizon@unav.es)



**Asignatura: Responsabilidad Social Corporativa (F.  
ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

<https://asignatura.unav.edu/responsocorpeconom/>

# **Responsabilidad social corporativa**

---

- **Breve descripción de la asignatura:**

Esta asignatura tiene por objeto introducir al alumno en el concepto y dimensiones de la Responsabilidad Social como herramienta de gestión y estrategia de sostenibilidad. Mediante el análisis teórico y práctico de las actividades que la empresa realiza a lo largo de la cadena de valor en los ámbitos económico, social y medioambiental, el alumno adquirirá los conocimientos imprescindibles que requiere la puesta en marcha de una estrategia sostenible.

- **Carácter:** Optativa
- **ECTS:** 6
- **Curso y semestre:** Segundo Ciclo del Grado; segundo semestre
- **Idioma:** Español
- **Título:** ADE, ECO
- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:** Miguel Ángel Prieto
- **Profesores:** Miguel Ángel Prieto
- **Horario:** Martes, 12-15 h
- **Aula:** Edificio amigos
- **Duración:** Trimestral

## **Programa**

**Tema 1. Responsabilidad y empresa**

**Tema 2. La Responsabilidad Social como nueva forma de gobernar la empresa**

**Tema 3. Principales iniciativas nacionales e internacionales en RSC**

**Tema 4. Gestión de la RSC. Los grupos de interés. Materialidad**



**Tema 5. Gestión de la RSC. La gestión responsable de los RR.HH.**

**Tema 6. Gestión de la RSC. Los proveedores**

**Tema 7. Gestión de la RSC. Los clientes**

**Tema 8. Gestión de la RSC. La acción social de la empresa**

**Tema 9. Gestión de la RSC. La gestión ambiental de la empresa**

**Tema 10. Gestión de la RSC. La comunicación de la RSC. Informes de Sostenibilidad - El estado de información no financiera (EINF)**

**Tema 11. La Inversión Socialmente Responsable**

**Tema 12. Economía circular**

**Tema 13. Economía colaborativa**

## **Competencias**

### **Competencias básicas (ADE y ECO)**

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 (ECO y ADE)**

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

### **Competencias específicas optativas (ECO)**

CE10) Utilizar en la práctica laboral los conocimientos, capacidades o competencias de las áreas de economía o empresa

CE11) Poseer conocimientos, capacidades o habilidades complementarios a la formación en economía o empresa

### **Competencias específicas optativas (ADE)**

CE14) Utilizar en la práctica laboral los conocimientos, capacidades o competencias de las áreas de economía o empresa

CE15) Poseer conocimientos, capacidades o habilidades complementarios a la





formación en economía o empresa

### **Actividades formativas**

- **Clases teóricas:** 60 horas lectivas divididas en clases semanales de 3 horas de duración. Durante las clases se explicará la asignatura mediante teoría y documentación ad hoc, presentaciones preparadas ex profeso por el profesor y ejemplos prácticos actuales. La participación del alumno es una característica fundamental en esta actividad.
- **Casos prácticos:** 40 horas. El alumno conocerá situaciones reales a las que se enfrentan las organizaciones empresariales, analizará las causas, las decisiones adoptadas por los gestores y las consecuencias que derivan de estas últimas, proponiendo soluciones alternativas suficientemente razonadas. El objetivo de estos casos es que el alumno identifique y comprenda la utilidad práctica de la asignatura. Los casos prácticos se trabajarán por el alumno, bien individualmente bien de manera colectiva. Una vez trabajado individualmente, se comentarán en clase las alternativas propuestas por el alumnado.
- **Documentales y películas:** 20 horas. A través de este recurso, el alumno podrá profundizar en el concepto de RSC y en sus dimensiones económica, social y medioambiental, así como su impacto a través del testimonio de los diferentes actores implicados en el diseño, implantación y desarrollo de las políticas responsables en las organizaciones empresariales, por una parte y del resto de grupos de interés (ciudadanos, consumidores, clientes, accionistas, etc.,) por otra. Conocerá además los retos globales a los que se enfrenta la empresa como agente de cambio en la sociedad.
- **Artículos y dossiers:** 30 horas. El alumno podrá estar al corriente de la actualidad en la materia a través de la selección de artículos de prensa, nacional e internacional, de carácter generalista, económica y especializada. Acciones empresariales y gubernamentales, estudios de mercado, evolución de organizaciones, iniciativas internacionales, legislación...; en resumen, eventos de primera magnitud que se engloben en el concepto de sostenibilidad.

### **Evaluación**

El profesor informará a los alumnos en la primera clase sobre el sistema de evaluación:

No obstante, y con carácter general, el rendimiento del alumno se evaluará de forma continua. La calificación final de la asignatura dependerá de:

- la asistencia y participación en clase,
- el envío puntual y la resolución de los casos prácticos que se planteen durante el curso, y
- la nota obtenida en el examen final.



## **Bibliografía y recursos**

El seguimiento adecuado del temario de la asignatura requerirá –además de las correspondientes presentaciones del profesor durante las clases– de la lectura de diferentes textos (libros, artículos y noticias de prensa, informes empresariales, etc.).

Las lecturas podrán ser de carácter obligatorio –necesarias para aprobar la asignatura– u opcionales (recomendables para ampliar el conocimiento en el tema de que se trate). Se indicarán puntualmente.

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

## **Horarios de atención**

El profesor está a disposición de los alumnos a través del correo electrónico [maprieto@external.unav.es](mailto:maprieto@external.unav.es) ; igualmente podrá atender cualquier consulta relacionada con la asignatura después de cada clase.



**Asignatura: Sistemas de Información (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentación**

### **GESTION DE SISTEMAS DE INFORMACION**

Descripción: conocimiento y discusión de casos prácticos de análisis de procesos de implantación de sistemas de gestión en distintas empresas. Se profundizará en el conocimiento práctico de un sistema de gestión empresarial: Openbravo

Créditos ECTS: 6

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

Perfil: Dirección de Negocios.

Profesor responsable de la asignatura: Moncho Aguinaga

Módulo: Organización y Dirección de Negocios.

Departamento: Empresa.

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales.

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

Idioma: Castellano

Horario clases: Lunes de 17:30 a 20:15 - Segundo Semestre

## **Competencias**

### **Competencias básicas (ADE y ECO)**

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 (ECO y ADE)**

CG5. Desarrollar la capacidad de razonamiento autónomo y crítico en temas relevantes para lo económico y empresarial

### **Competencias específicas optativas (ECO)**

CE10) Utilizar en la práctica laboral los conocimientos, capacidades o competencias de las áreas de economía o empresa

CE11) Poseer conocimientos, capacidades o habilidades complementarios a la formación en economía o



empresa

### Competencias específicas optativas (ADE)

CE14) Utilizar en la práctica laboral los conocimientos, capacidades o competencias de las áreas de economía o empresa

CE15) Poseer conocimientos, capacidades o habilidades complementarios a la formación en economía o empresa

## Programa

### SESIONES SOBRE CASOS:

---

#### Introducción a la asignatura y Caso de discusión: “Too Old to Learn?”

Caso introductorio para la metodología de discusión con el método del caso. Preguntas:

- ¿Qué harías si fueras Luis? ¿Con quién te quedas, con Eduardo o con Ramón?
- ¿Apostarías por Internet en este tipo de negocio?
- ¿Qué consecuencias trae consigo apostar por Internet?

**Caso de análisis: “Amazon.com 2019” – se hablará sobre este caso en varias sesiones.**

**Casos de discusión: “Zara TI para una moda cambiante” y “Gestión de tiendas para moda rápida”**

**Ver video documental “Planeta Zara”: <https://www.youtube.com/watch?v=ALPpvzgFEIlg>**

- ¿Debería Zara cambiar los terminales DOS? ¿Por qué?
- ¿Cuáles deberían ser los criterios para decidir y justificar el reemplazo de sistemas?
- ¿Qué pasos propones para implantar tu propuesta de acción?

**Caso de discusión: “Spotify: cara a cara con la música” (Revolución en la Industria Musical)**

- ¿Cuáles SON los principales cambios acaecidos en los últimos tiempos en la industria discográfica?
- ¿Cuáles SON los motivos que los han ocasionado y las consecuencias que están generando?
- ¿Qué modelo de negocio crees que será el resultante en un futuro?
- ¿Qué poder crees que van a tener los artistas en el futuro modelo? ¿Cómo y cuál crees que será su relación con el sector?
- ¿Te parece un negocio atractivo?

**Caso de discusión: GloriaPets “Lo mejor para tu mejor amigo”. Participará en la discusión del caso el CEO de la compañía Daniel Lizarraga.**

- ¿Invertirías en el desarrollo de la venta online en este tipo de negocio?
- ¿Invertirías para desarrollar la internacionalización? ¿Con qué modelo?



- ¿Tratarías de crecer mediante adquisiciones o fusiones con otras empresas del sector?

## **Caso real: implantación SAP en industria agroalimentaria y Revisión Web: “Openbravo.com” .**

Introducción a los ERP´s; Qué es un ERP?. Qué es Openbravo?. Presentación de compañía y de modelo de negocio. Objetivos y beneficios para la empresa del uso de un Sistema de Gestión Integrado. Presentación proyecto Software Etendo - <https://etendo.software/es/inicio/>

Ejemplo real: Implantación de SAP en industria agroalimentaria. Contaremos como invitado con Diego Pascal, que nos explicará su experiencia implantando SAP en su actual compañía.

### **SESIONES SOBRE USO SISTEMA DE GESTIÓN OPENBRAVO-ETENDO:**

---

Se creará para cada pareja de alumnos una empresa propia en un servidor en la nube, a la que tendrán acceso para gestionar todos los procesos empresariales desde el sistema de gestión Openbravo-Etendo ERP.

#### **Sesión 1:** Introducción a Openbravo-Etendo ERP - Interfaz de usuario y Datos maestros.

##### Configuración

- Menú, Ventanas, solapas y campos. Edición de registros, Barra de herramientas
- Widgets, Roles, permiso de acceso a la información
- Terceros y productos, Tarifas,
- Bancos, Conceptos contables, Impuestos
- Plan de cuentas, Organizaciones. Multiempresa

#### **Sesión 2:** Proceso de gestión de compras. De pedido de proveedor hasta factura recibida

- Pedido, albarán.
- Recepciones parciales. Fechas comprometidas
- Agrupaciones de albaranes en factura
- Factura. Asiento contable.
- Informes

#### **Sesiones 3 y 4:** Proceso de gestión de ventas y procesos de almacén

- Pedido, albarán.
- Factura. Asiento contable.
- Informes
- Gestión de comerciales, comisiones...
- Almacén. Huecos.
- Generación de costes
- Movimientos entre almacenes. Inventario Físico.
- Informes almacén.



## Sesión 5: Procesos de gestión de cobros-pagos y de la contabilidad de una empresa

- Pago/Cobro de facturas. Remesas
- Conceptos contables. Contabilización
- Categorías de activos.
- Tipos de amortización. Plan de amortización.
- Apuntes. Cuentas. Debe y haber
- Diario de asientos
- Libro mayor y Sumas y saldos
- Pérdidas y ganancias
- Balance de situación.

## Sesiones 6 y 7: Gestión de Openbravo WebPOS (Punto de Venta), Omnicanalidad y Cuadros de mando .

- Web POS
  - Conceptos del punto de venta.
  - Integración natural con la solución ERP.
  - Independencia de dispositivo.
  - Funcionalidad "offline".
  - Funcionalidad relevante
- 1. Omnicanalidad:
  - Call center.
  - eCommerce (magento)
  - Compra web / recepción en domicilio
  - Compra web / recepción en tienda
  - Compra web / devolución en tienda
- BI: cuadro de mando + Indicadores de negocio

## Actividades formativas **Evaluación**

- El alumno será objeto de evaluación continua durante el trimestre, valorándose sus **participaciones** en la discusión de los casos teóricos, así como su resolución de los ejercicios prácticos sobre Openbravo-Etendo.
- Del 100% de la nota, un 50% corresponde a la **calidad de las participaciones** en clase durante la discusión de los casos y el otro 50% a la resolución de los ejercicios prácticos que sobre el uso del software Openbravo-Etendo se solicitará a los alumnos.
- Para la convocatoria de recuperación se examinará al alumno de un caso teórico que deberá responder por escrito y de un ejercicio práctico sobre el uso del software Openbravo-Etendo.

## Bibliografía



Universidad  
de Navarra

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

## **Horarios de atención**

Para cualquier duda escribir un correo para organizar una cita a [raquinaga@external.unav.es](mailto:raquinaga@external.unav.es)



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Strategic Marketing Management\_20 (F.  
Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Introduction**

<https://asignatura.unav.edu/strategic-marketing-management-f-economicas/>

## **Strategic Marketing Management\_20 (F. Económicas)**

Marketing is the main discipline among an companies and its customers. The course will cover Research for consumer understanding, Satisfaction as a customer loyalty factor, Segmentation and Positioning, Channels of distribution and Pricing Strategies, as well as the interactions between departments and Marketing.

Marketing Fundamentals will help you learn how organizations create value by evaluating market opportunities, develop their strategies, understanding clients' needs, attracting potential buyers, and understand needs and human values and cultures. The practice of marketing involves a relatively simple process: understanding the consumer, assessing the market, establishing a plan, implementing the plan, and assessing the results. However, the Marketing is full of challenging and complex elements such as deep target research, competitive actions, buyer behavior, company capabilities, and other environmental influences that the companies do not control.

Class session will reproduce CONTENT, DECISION MAKING and ATTITUDE of a real work environment in a Marketing Department.

## **Competences**

CEOP7: Analyze current trends in the design of objectives and/or strategies in the company.

CEOP8: Develop objectives, strategies and/or projects in the field of production, logística and marketing.

CEOP9: Identify new trends in the field of marketing, operations and/or business





models.

CEOP10: Develop practical cases that describe the strategy of a company and the key factors in the competitiveness of companies.

CEOP11: Master project management and process analysis methodologies as basic tools for decision-making in a company.

## **Program**

The program is divided into sections. Every class session will cover specific content.

Guest speakers from the marketing field will cover some sessions giving a real-life case or experience.

- Section 1: General Marketing Perspectives Underlie Successful Corporate, Business, and Marketing Strategies: 2 hours
- Section 2: Corporate Strategy Decisions and International Implications: 2 hours
- Section 3: Business Strategies and Their Marketing Implications: 5C's
- Section 4: Understanding Market Opportunities: Nielsen+Kantar+2 hours
- Section 5: Measuring Market Opportunities: Forecasting and Market Knowledge 2 hours
- Section 6: Targeting Attractive Market Segments: TARGET 2 hours
- Section 7: Differentiation and Brand Positioning: Motivations and Insights 2 hours
- Section 8: Marketing Strategies for Retail and Fashion Industry: 2 hours
- Section 9: Positioning Case: Urzza 2 Hours
- Section 10: Marketing Audit 60 questions & Marketing Balance Scorecard: 2 hours
- Section 11: Digital Strategies in Marketing: 2 hours
- Section 12: Marketing in Services Industry: 2 hours

## **Assessment**

The subject assessment will be divided in three parts:

-Essays and summaries: 20%

-Class participation: 30%

-Exam (eventually work): 50%

Class attendance is a must to pass the subject. Class attendance will be checked every day.

## **Bibliography and Resources**



Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. 17th ed. Pearson Educación.

Resources from Harvard Business Publishing

Orville C. Walker, John Mullins (2013) Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach, 8th Edition 259010902 · 9781259010903

Harvard Technical Notes delivered in class

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

## Office Hours

- **Brief description**
- This course framework it's included in the "General Management and Strategy" major and it is also an elective subject for students of 3rd and 4th, and also an elective for exchange. Main concepts related to Marketing and its influence in the Strategy of the firm is the main goal of this course also real marketing topics, marketing decision making, and real life cases will be discussed in class. Do not take this course if you will not be able to attend class sessions: class attendance will be a must.
- **Type:** Required for "General Management and Strategy" and elective for 3rd and 4th courses.
- **ECTS:** 3
- **Course and semester:** 2nd - 1st
- **Language:** English
- **Title:** International Degree of Management
- **Módulo y materia de la asignatura:** Elective and Specific Elective
- **Professor:** Pedro Mir Bernal - [pmir@unav.es](mailto:pmir@unav.es)
- **Timetable and room:** <https://www.unav.edu/en/web/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/students/timetable>
- Office hours will be booked via mail with the professor.

## Cronograma



Universidad  
de Navarra

Cronograma



**Asignatura: Strategy & Innovation\_20 (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Presentation**

### **STRATEGY AND INNOVATION**

#### **Introduction:**

Given the increasingly competitive and dynamic scenarios, companies must innovate to improve their performance and position themselves in the markets. Because of this, innovation cannot be considered as a random or one-off result of some specific efforts. Innovation must be approached as a permanent process in the company, a process that in turn needs a strategy to implement. In this context, this course examines the need for companies to innovate and its relationship with business strategy, the different types of innovations, its main incentives/barriers, and approaches developed to analyze/develop innovation. Subsequently, the main ways to protect innovation, the strategies to extract value from it, to end with the main ways to collaborate to innovate.

#### **General Information:**

##### **Academic course:**

- 2º Ade+IE (Administración y Dirección de Empresas + Diploma en Innovation and Entrepreneurship (Bilingüe)
- 3º AdeB (Administración y Dirección de Empresas Bilingüe)
- 4º AdeB (Administración y Dirección de Empresas Bilingüe)

**Semester:** Second.

##### **Status:**

- Basic in Innovation and Entrepreneurship program.
- Elective in 3º AdeB and 4º AdeB .



Universidad  
de Navarra

**Class schedule:**

- Tuesdays 10:00pm – 12:00pm (room M1).
- Thursdays 10:00pm – 12:00pm (room 03).

**ECTS:** 6 ETCS.

**Teaching language:** English.

**Professor:** Gorette Cabaleiro

**Professor's Email:** [gcabaleiroc@unav.es](mailto:gcabaleiroc@unav.es) .

**Professor's Category:** Profesor Contratado Doctor.

**Professor's Office:** 2160 (Hilera).

**Office Hours:** Fridays 9:00 to 11:00 (Please send me an email to book your time).

## **Competences**

### **Basic Competencies (Management and Economics)**

BC2 Students must know how to apply their knowledge to their work or vocation in a professional way and must have the competencies that are usually demonstrated by means of preparing and defending arguments and solving problems within their area of study.

BC3 Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their area of study) to make judgments that include a reflection on relevant social, scientific, and ethical topics.

BC4 Students must be able to transmit information, ideas, problems, and solutions to specialized and general audiences.



BC5 Students must develop the learning skills required to undertake subsequent studies with a high level of independence.

### **General Competencies (Management and Economics)**

GC1 To be familiar with different areas of the theory and/or application of economic analysis.

GC2 To identify, integrate and use the knowledge acquired to argue, discuss and solve relevant problems in economics and/or business.

GC3 To prepare professional reports and/or multimedia presentations on topics related to economics and/or business.

GC4 To use independent critical reasoning on relevant topics in economics and business.

GC5 To communicate results and analysis either orally or in writing that are useful to economics and business.

GC6 To be familiar with the different contexts in which their work is carried out: the circumstances, markets and historical, legal or human context.

GC7 To analyze the process of defining and implementing goals and/or strategies in the company.

GC8 To develop expectations, describe scenarios and make estimates using relevant information for the company.

### **Specific Competencies**

CEOP12 To know and apply concepts and theories in the area of innovation, in its different aspects.

CEOP13 To know and apply advanced concepts and theories in the area of strategy.

CEOP14 To know the economic foundations of innovation in the business area.

CEOP15 To know and apply the concepts and theories of entrepreneurship and intrapreneurship.

## **Program**

### **Program:**



**PART 1. Introduction to Innovation.**

1. Introduction to the Actual Context.
2. Types of Innovation.
3. Sources of Innovation
4. Barriers to Innovation.

**PART 2. FORMULATING THE INNOVATION STRATEGY.**

5. Defining the Organization's Strategic Direction.
6. Balanced Scorecard.
7. Blue Ocean Strategy.
8. Orchestration.
9. Choosing Innovation Projects.
10. Protecting Innovation.

**Formation Activities**

**Formation Activities**



### In-class activities:

1. **Theory Sessions:** Strategy and Innovation theory will be presented in a mix of lecturing and constant class discussion. The goal is to develop students' capacity to seek knowledge and their critical thinking.
2. **Practical Sessions:** Additionally, there will be practical sessions, which are as important as the theory sessions to provide a full and deep understanding of the strategy and innovation process. These practical sessions aim to give a real-world perspective of the concepts exposed in the theory sessions. Some of these practical sessions will consist of virtual simulations, the development of the final project, and a case study or press article analysis and discussion. Students are required to prepare the cases before coming to class and they should deliver them via ADI at the end of the class.
3. **Professionals Talks.** In class, we will have the presence of guest speakers who are innovation practitioners. Though most of the time, preparation for these sessions is not expected, students are required to actively interact with the guest speaker during the presentation.
4. **Quizzes.** Brief multiple-choice questionnaires will be conducted to check if students present understanding problems with the material before the final exam.
5. **Group presentations.** In groups, students should prepare some presentations during the course.

### Out-class activities:

- Individual preparation of sessions and personal study.
- Design and implementation of the group project.
- Reading and presentation of the bibliography.
- Development of his/ her learning notebook.

## Assessment

### Assessment

#### Individual:

- **Two Quizzes:** 15% (7,5% each one).
- **Final Exam:** 30% (*minimum grade: 4*).
- **Participation in class:** 5%.

#### Group:





- **Practice deliveries:** 20% (*with peer evaluation among group members*).
- **Final Project:** 30% (*with peer evaluation among group members*).

## Bibliography and Resources

### Bibliography and Resources

#### Compulsory:

- Tidd, J. and Bessant, J. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 7<sup>th</sup> Edition (2020). Wiley. ISBN: 978-1-119-37941-6. [Find it in the Library](#)
- Schilling, M.A, *Strategic Management of Technological Innovation*, 6th Edition(2020). McGraw-Hill Education. ISBN: 978-1-260-56579-9.
- Readings from *Harvard Business Publishing*.

#### Complementary:

- Tidd, J. and Bessant, J. *Strategic Innovation Management*. Wiley. ISBN: 9781118457238

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

## Office Hours

[Office Hours](#)



Universidad  
de Navarra

Friday from 9:30 to 11:30 (please write me an email to: [gcabaleiroc@unav.es](mailto:gcabaleiroc@unav.es) to book your time first).



Universidad  
de Navarra

**Asignatura: Summer International Business Experience (F.  
Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*



**Asignatura: Sustainability (F. Económicas)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## **Introduction**

- Optional 6 ECTS course
- Clases will take place at room 05 Mondays and 03 Thursdays (Amigos Building) from 18:00 to 19:30, with no break in between both sessions
- Professor Ricardo Pérez Merino (will introduce himself the first day of class)
- Clases will be Mondays and Thursdays during the second term of 2021/22 course

## **Program**

The program of the course is divided in three big areas:

1. General overview of sustainability concepts related to the three main pillars of the topic:
  - Environment
  - Social
  - Governance
2. Sustainability frameworks and theories:
  - Circular Economy
  - UN Sustainable Development Goals
  - The 5 capitals
  - Planet Boundaries (the Doughnut)
  - Other theories (VUCA)
3. Miscellaneous:
  - Regulatory
  - Reporting
  - European Green Deal
  - Business Cases (we will study real cases from companies committed with sustainability)

Every topic will contain theory, practice and debate among students and professor. Some guests will also be invited to offer a practical perspective of the topic. These guests will be properly announced and preparing material will be provided by the



Universidad  
de Navarra

professor.



**Asignatura: Time Series (F. ECONÓMICAS)**

*Guía Docente*

*Curso académico: 2021-22*

## Presentación

<https://asignatura.unav.edu/timeserieseconom/>

# Time Series

---

- **Breve descripción de la asignatura:** :Estudio de las series temporales, modelización ARMA, estimación, contraste de hipótesis, selección de modelos, metodología de Box y Jenkins, estacionalidad, predicción, no estacionariedad y dominio de la frecuencia.
- **Idioma:** Ingles
- **Título:** Econometrics\_Time Series Analysis
- **Módulo y materia de la asignatura:**
- **Profesor responsable de la asignatura:** Luis Alberiko GIL ALAÑA
- **Profesores:** Luis Alberiko GIL ALAÑA
- **Horario:**
- **Aula:**
- **E-mail:** alana@unav.es

## Competencias

Esta información debe estar disponible para el 8 de junio.

Copie y pegue las competencias de la asignatura del año pasado.

Para nuevas asignaturas, consulte la Memoria oficial.

## Programa

Esta información debe estar disponible para el 8 de junio:

Copie y pegue el programa del año pasado. En el caso de nuevas asignaturas, indique el programa.

## Actividades formativas

Esta información estará disponible para finales de agosto

## Bibliografía y recursos

Esta información debe estar disponible para el 8 de junio. Copie y pegue la



Universidad  
de Navarra

Bibliografía y recursos de la asignatura del año pasado y asegúrese que se copian todos los enlaces.

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

## **Horarios de atención**

Esta información estará disponible para finales de agosto

## **Evaluación**

Esta información estará disponible para finales de agosto