



FUNDACION ISI COLLEGE

"Prestigio y tradición en Educación Superior"

Incorporado a la Enseñanza Oficial I-066
Consejo Provincial de Educación del Neuquén

CARRERAS: ANALISTA EN MARKETING

ASIGNATURA: **FINANZAS II**

DEPARTAMENTO/AREA: Ciencias de la Administración

CUATRIMESTRE: VI HORAS CATEDRAS SEMANALES: 4

AÑO: 2009

PROF. A CARGO: LIC. DIEGO SALVATIERRA

FUNDAMENTACIÓN

- a) BASAMENTOS SUSTANCIALES: las Finanzas Privadas o Empresariales o la Administración Financiera de Empresas centran su estudio en cómo las empresas obtienen e invierten su capital. La gestión financiera es muy importante, y sobre todo, muy difícil: una decisión de inversión de hoy determina los negocios de la empresa en los próximos años. El panorama financiero actual es internacional, y cambia muy velozmente. Las operaciones financieras involucran grandes sumas de dinero. El director o gerente financiero debe resolver problemas rutinarios y también responder al cambio en los mercados; esta necesidad de adaptación requiere que la empresa tenga una estructura solvente.
- b) DESARROLLO TEMÁTICO: se brinda una introducción al problema financiero y se tratan los siguientes temas:
- el valor del dinero en el tiempo
 - el riesgo, necesario para obtener rentabilidad
 - la financiación, la planificación financiera
 - la decisión de inversión, y diversos mercados de financiación
- c) RAZÓN DE SU INCLUSIÓN EN LA CARRERA: la Administración Financiera permite al ANALISTA EN MARKETING insertarse en la estructura empresarial a un nivel de análisis financiero y decisional, es decir gerencial. También le brinda el marco referencial para brindar asesoramiento externo a las pequeñas empresas cuyas estructuras jerárquicas son básicas, y no cuentan con el gerenciamiento financiero interno en forma específica.
- d) UBICACIÓN EN AÑO Y CUATRIMESTRE: FINANZAS II se dicta en el sexto cuatrimestre de la carrera de ANALISTA EN MARKETING.
- e) RELACIÓN DE SUS CONTENIDOS Y TEMÁTICAS RESPECTO DE LOS DE LAS OTRAS ASIGNATURAS: las Finanzas Privadas requieren fundamentalmente de elementos vistos previamente en las asignaturas de Administración de Empresas, Contabilidad Gerencial, Contabilidad de Costos, Matemática, Estadística, Análisis Cuantitativo, Macroeconomía, y principalmente Cálculo Financiero.

OBJETIVOS GENERALES

Preparar al futuro ANALISTA EN MARKETING para ocupar uno de los cargos de mayor importancia en el desarrollo de la empresa privada, sea cual sea el tamaño de escala de ésta. Integrar las herramientas específicas de la comercialización con el dominio del problema financiero de la empresa y del mercado.



FUNDACION ISI COLLEGE

"Prestigio y tradición en Educación Superior"

Incorporado a la Enseñanza Oficial I-066
Consejo Provincial de Educación del Neuquén

EVALUACIÓN

Para aprobar el cursado de la materia, el alumno deberá realizar dos prácticos o pruebas de lectura, y aprobar con un 60% en cantidad y calidad de conocimiento 2 (dos) exámenes parciales (o el recuperatorio de cada uno).

Para aprobar el examen final, y como complemento del examen teórico escrito, el alumno deberá realizar y presentar un **trabajo de campo individual** que se confeccionará según instrucciones de la cátedra.

Régimen de promoción: podrán promocionar la materia los alumnos que obtengan 85 % como mínimo en cada uno de los dos parciales (quien haya tenido que recuperar un examen parcial quedará excluido de esta posibilidad de promoción), y cumplir satisfactoriamente con el requisito del trabajo de campo y su exposición.

Además, es requisito cumplir con la asistencia a las clases cumpliendo el reglamento de la institución a tal efecto.

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDAD 1: LAS DECISIONES DE INVERSION Y FINANZIACION

La inversión, El perfil de un nuevo proyecto de inversión, El desembolso inicial incremental, la generación de fondos, el valor residual, la vida útil del proyecto. Los criterios de selección de inversiones. Criterio del periodo de recuperación o play back. Criterio del valor actualizado neto. Criterio del índice de rentabilidad. Criterio de la tasa de rentabilidad interna. Análisis de las discrepancias entre la VAN y la TRI, y el tipo de reinversión. Análisis del proyecto diferencias. El efecto de inflación.

UNIDAD 2: LA INVERSION EN CONDICIONES DE RIESGO

Certeza, riesgo e incertidumbre La toma de decisiones con La inversión con riesgo, Cuando las generaciones de fondos son variables independientes, Cuando las generaciones de fondos son variables perfectamente correlacionadas Cuando existe una correlación moderada entre las generaciones de fondos de los distintos años, Ampliación del problema, Los criterios de decisión con riesgo, Ajuste del tipo de descuento, Equivalente de certeza. Penalización directa del VAN, Análisis de sensibilidad KI conjunto de los proyectos de inversión.

UNIDAD 3: LA FINANCIACIÓN

El coste de los fondos, Coste de una fuente en general, Coste de los fondos ajenos, Coste de los fondos propios, El coste de los fondos en su conjunto, La estructura financiera: diferentes posturas sobre cómo afecta al costo de los fondos, Postura de apalancamiento puro ,Postura de Modigliani y Miller (MM) Postura tradicional, De la postura MM a la tradicional, Postura MM sin impuestos. Postura MM con impuesto de sociedades, Miller y la vuelta a la posición sin impuestos, Impuestos, otras imperfecciones y la aproximación a la postura tradicional, El riesgo operativo y el riesgo financiero, La política de dividendos La irrelevancia de los dividendos, Las imperfecciones del mercado y la importancia de la política de dividendos Políticas de dividendos.



UNIDAD 4: INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN A CORTO PLAZO

LA GESTIÓN DE LOS CIRCULANTES: La gestión de stocks, Los gráficos ABC , El modelo probabilístico, La utilización de la simulación, La gestión de caja, Modelo de inventario, Modelo de Miller – Orr, Gestión de cuentas por cobrar, La calidad de los clientes rechazados, Los gastos de cobro, Período de cobro, Aceleración del cobro, Aseguramiento del cobro, El factoring, Aplicación del análisis discriminante, La inversión en activos financieros, La financiación a corto plazo

CRONOGRAMA

UNIDAD	I	II	III	IV
% (*)	25	25	25	25

(*) Sobre el total del tiempo destinado al cuatrimestre

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- ADMINISTRACIÓN FINANCIERA EDUARDO J. BASAGAÑA EDICION MACCHI. 1982-
- LAS DECISIONES FINANCIERAS EN LA PRACTICA, INVERSION Y FINANCIACION EN LA EMPRESA. FERNANDO GOMEZ BEAZARES. BIBLOTECA DE GESTION. 2002.-
- DECISIONES FIANCIERAS RICARDO PASCALE. EDICON 2004.-
- APUNTES DE CÁTEDRA EN FOTOCOPIADORA.-