

ÍNDICE

Tema 1. LA EMPRESA.....	1
1. INTRODUCCIÓN	1
2. EL CONCEPTO DE EMPRESA.....	1
2.1. El concepto de empresa y consideraciones jurídicas	6
3. OTRAS DEFINICIONES DE EMPRESA	8
4. LA APARICIÓN DE LA EMPRESA	10
4.1. El <i>entrepreneur</i>	12
5. DEL FEUDALISMO A LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL.....	13
6. LA SOCIEDAD ANÓNIMA	18
7. EMPRESA EMPRESARIO Y NEGOCIO.....	23
8. DIMENSIONES CONCEPTUALES DE LA EMPRESA	24
9. TEORÍAS DE EMPRESA.....	26
10. TEORÍA DE LA FIRMA.....	27
10.1. Crítica de la Teoría Económica de la Empresa.....	28
11. TEORÍA CONDUCTISTA.....	30
12. TEORÍA CONTRACTUAL DE LA EMPRESA	30
13. LAS NUEVAS TEORÍAS SOBRE LA EMPRESA	31
13.1. El enfoque neoinstitucional: los costes de transacción	32
13.2. La teoría de los derechos de propiedad	32
13.3. La empresa japonesa frente a la americana.....	33
14. LA EMPRESA COMO SISTEMA.....	33
14.1. Comportamiento de la empresa desde la perspectiva de la Teoría de Sistemas	34
14.2. Los subsistemas de la empresa.....	35
15. ELEMENTOS DE LA EMPRESA	36
16. FUNCIONES DE LA EMPRESA.....	38
17. EPÍLOGO	39
Tema 2. EMPRESA Y ENTORNO	41
1. EL ENTORNO GENERAL DE LA EMPRESA	41
1.1. Introducción	41

1.2. Estrategia y entorno	41
2. CONCEPTO Y NATURALEZA DEL ENTORNO.....	43
3. TIPOS DE ENTORNOS.....	44
4. NIVELES DE TURBULENCIA EMPRESARIAL.....	46
5. EL MÉTODO DE LOS ESCENARIOS.....	46
6. VALORANDO EL ENTORNO	48
7. ELECCIÓN DE LOS FACTORES CLAVE	48
8. CAMBIOS EN LOS FACTORES DEL ENTORNO.....	49
8.1. Factores económicos.....	49
8.2. Factores sociales demográficos y culturales	51
8.3. Factores políticos y legales.....	53
8.4. Factores tecnológicos	53
9. VALORANDO EL IMPACTO DEL CAMBIO	55
10. LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE	58
10.1. Introducción	58
11. TRES DIMENSIONES.....	60
12. ASPECTOS SEMÁNTICOS Y CONCEPTUALES.....	63
12.1. Rentabilidad y responsabilidad social.....	67
12.2. Desarrollo sostenible y estrategias empresariales	68
13. ESTADO, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE	70
14. LAS EMPRESAS Y EL MEDIO AMBIENTE.....	72
15. LA ONU Y EL MEDIO AMBIENTE	79
16. ALGUNAS PRECISIONES SOBRE EL DESARROLLO DISPONIBLE.....	79
17. LOS SISTEMAS DE INDICADORES MEDIOAMBIENTALES	81
18. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: UNA REVISIÓN CONCEPTUAL DESDE LA ÓPTICA EMPRESARIAL Y ACADÉMICA	83
18.1. Introducción	83
18.2. El problema semántico y terminológico	86
18.3. Definición de Responsabilidad Social Corporativa	87
18.4. Definiciones y enfoques	90
18.5. Las definiciones.....	92
18.6. Las áreas que integran la RSC.....	93
18.7. La empresa y su rol social.....	98
18.8. Ética y RSC	104
18.9. Las empresas y la adopción de enfoques RSC	107
18.10. Referencias internacionales relevantes	108
19. FORMAS DE COMUNICACIÓN DE LA RSC	109

Tema 3. EL EMPRESARIO.....	111
1. INTRODUCCIÓN	111
2. EL CONCEPTO DE EMPRESARIO.....	111
3. EVOLUCIÓN DEL SIGNIFICADO DEL TÉRMINO EMPRESARIO EN LA LITERATURA ECONÓMICA	116
3.1. La concepción clásica del término empresario.....	116
3.2. El empresario en la economía moderna.....	118
4. FUNCIONES PRINCIPALES DEL EMPRESARIO	119
4.1. Función riesgo	120
4.2. Función aportación de capital.....	122
4.3. Función de organización o combinación de factores	122
4.4. Función de control o toma de decisiones	123
4.5. Función de decisión	123
4.6. Teoría del empresario como «tecnoestructura»	124
4.7. Función de innovación	124
4.8. Función de liderazgo	125
4.9. Función de conquistador, organizador y negociador.....	126
4.10. Función de búsqueda racional de lucro	126
4.11. Función de adelanto del producto social	126
5. EL EMPRESARIO Y FIGURAS AFINES	127
6. LAS CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO.....	129
7. EL EMPRENDEDOR O <i>ENTREPRENEUR</i>	130
7.1. Las características del emprendedor	132
7.2. El emprendedor y las oportunidades de negocio	136
7.3. Las dimensiones del emprendedor	136
Tema 4. FORMAS DE MEDICIÓN ECONÓMICA EN LA EMPRESA	139
1. INTRODUCCIÓN	139
2. LA MEDIDA.....	139
3. ESCALAS DE MEDIDA	141
4. LA MEDIDA DE LA RACIONALIDAD	143
4.1. Productividad	143
4.2. Otros significados del término productividad	144
4.3. Rentabilidad	145
5. EFICACIA, EFICIENCIA Y EFECTIVIDAD	146
6. LA CUANTIFICACIÓN	147
7. MEDICIÓN Y TIEMPO	148
8. EL VALOR TEMPORAL DEL DINERO	149

9.	EL TIPO DE INTERÉS.....	150
9.1.	La existencia de la inflación	150
Tema 5. EL RIESGO EN LAS ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS		153
1.	DEFINICIONES DE «RIESGO».....	153
2.	FORMAS DE TRATAR LOS RIESGOS	155
3.	LA GESTIÓN DE RIESGOS	156
4.	FASES DE LA GESTIÓN DE RIESGOS	160
5.	ANÁLISIS DEL RIESGO.....	160
6.	SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS.....	162
7.	SISTEMA DE GESTIÓN DEL RIESGO EN REPSOL.....	164
8.	LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL TIEMPO.....	165
9.	TIPOS DE RIESGOS.....	169
Tema 6. LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA		173
1.	EL CONCEPTO DE INVERSIÓN	173
2.	LA INVERSIÓN COMO CORRIENTE DE FLUJOS DE CAJA.....	174
3.	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	174
3.1.	Métodos estáticos de análisis de proyectos de inversión	175
3.2.	El plazo de recuperación.....	175
3.3.	El flujo de caja total por unidad monetaria comprometida	176
3.4.	El flujo de caja medio anual por unidad monetaria comprometida.....	177
3.5.	Métodos dinámicos de análisis de proyectos de inversión	178
3.6.	El plazo de recuperación descontado.....	178
3.7.	El valor actual neto.....	179
3.8.	Expresiones simplificadas del VAN	180
3.9.	La tasa de rentabilidad interna.....	181
3.10.	Expresiones simplificadas de la tasa de rentabilidad interna	182
3.11.	Relación entre el valor actual neto y la tasa de rentabilidad interna.....	183
3.12.	Decisiones de aceptación o rechazo de proyectos de inversión.....	183
3.13.	Decisiones de jerarquización de proyectos de inversión	184
3.14.	El efecto de la inflación en los métodos dinámicos de análisis de proyectos de inversión	187
3.15.	El efecto de los impuestos en los métodos dinámicos de análisis de proyectos de inversión	189
Tema 7. FINANCIACIÓN (I).....		191
1.	INTRODUCCIÓN	191

2.	LA FUNCIÓN FINANCIERA (OBJETO Y CONTENIDO).....	192
3.	LA EMPRESA COMO SISTEMA DE CIRCULACIÓN DE FONDOS.....	193
4.	EL FONDO DE MANIOBRA Y EL CAPITAL CIRCULANTE.....	194
5.	LA ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA	197
5.1.	La estructura financiera y el efecto del apalancamiento.....	197
5.2.	Los factores que influyen en la estructura financiera de la empresa	199
5.3.	La moderna teoría financiera y la estructura financiera óptima	200
5.4.	La política de dividendos y el valor de las acciones	201
Tema 8. FINANCIACIÓN (II)		203
1.	INTRODUCCIÓN	203
2.	LOS RATIOS FINANCIEROS	203
3.	EL APROVISIONAMIENTO DE MEDIOS FINANCIEROS	205
3.1.	Los fondos propios	207
3.2.	La autofinanciación	207
3.3.	La financiación ajena.....	209
3.4.	El sistema financiero	210
4.	EL PLAN FINANCIERO (O RACIONAMIENTO DE MEDIOS).....	210
4.1.	El plan financiero a largo plazo	211
4.2.	Planificación financiera a corto plazo.....	213
4.3.	El presupuesto de tesorería.....	213
5.	LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA EMPRESA	214
Tema 9. LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN EN LA EMPRESA		215
1.	INTRODUCCIÓN	215
2.	LOCALIZACIÓN EN FUNCIÓN DEL MERCADO	217
2.1.	Beneficio potencial de las zonas.....	218
2.2.	Modelo de Stokes	218
2.3.	Modelo de Reilly y Converse.....	220
2.4.	Modelo de Nelson	220
3.	DECISIONES DE LOCALIZACIÓN ORIENTADAS AL MERCADO DE ABASTECIMIENTO.....	222
3.1.	Materias primas.....	222
3.2.	Mano de obra	223
4.	FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE LOCALIZACIÓN DE PLANTAS	223
5.	QUÉ SE ENTIENDE POR DIMENSIÓN DE LA EMPRESA.....	224
6.	LAS DISTINTAS MANIFESTACIONES DE LA DIMENSIÓN	225

7.	LA DIMENSIÓN ÓPTIMA DE LA EMPRESA.....	226
8.	LA DIMENSIÓN Y SUS VARIACIONES	227
8.1.	La dimensión inicial	227
9.	TEORÍAS SOBRE EL TAMAÑO	228
9.1.	Aspecto técnico	228
9.2.	Factores organizativos	229
9.3.	El aspecto financiero	230
9.4.	Aspecto comercial.....	231
9.5.	El componente riesgo	232
10.	LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA Y LOS COSTES.....	232
10.1.	La salida típica, la salida óptima y la firma representativa.....	232
10.2.	Dimensión y estructura del coste.....	234
10.3.	Dimensión, ocupación y adaptación.....	235
10.4.	El crecimiento de la empresa	236
	Tema 10. LA VALORACIÓN DE LA EMPRESA.....	237
1.	EL CONCEPTO DE VALOR	237
2.	LA VALORACIÓN DE EMPRESAS COMO PROCESO DE DECISIÓN Y SUS FASES.....	240
3.	LOS CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE EMPRESAS.....	242
3.1.	Los criterios de valoración de empresas	242
3.2.	Tipología de valores en la economía de la empresa	243
3.3.	Los métodos de evaluación de empresas	244
	Tema 11. LA PRODUCCIÓN	249
1.	LA GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	250
2.	TIPOLOGÍAS DE PRODUCCIÓN.....	252
3.	PRODUCCIÓN CONTINUA VERSUS PRODUCCIÓN INTERMITENTE	254
4.	ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN	254
5.	MÉTODOS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	256
5.1.	MRP.....	256
5.2.	SIX SIGMA.....	256
5.3.	JIT.....	257
6.	TEORÍA DE LAS IMITACIONES	258
7.	MÉTODO DE LAS CINCO ESES	258
	Tema 12. LOS COSTES EN LA EMPRESA	261
1.	INTRODUCCIÓN	261

2.	LOS COSTES SEGÚN LA TEORÍA ECONÓMICA.....	262
2.1.	Coste de oportunidad	262
2.2.	Costes explícitos e implícitos.....	262
2.3.	Diferencia entre coste, pago y gasto.....	262
2.4.	Tiempo y costes	263
3.	CLASIFICACIÓN DE LOS COSTES.....	263
3.1.	Costes totales	264
3.2.	Costes unitarios.....	266
3.3.	La tasa de <i>output</i> óptima	268
4.	LOS COSTES MEDIOS DESDE EL PUNTO DE VISTA CONTABLE	268
4.1.	Clasificación de los costes desde el punto de vista contable	269
4.2.	Costes de producción y costes ajenos a la producción	271
5.	CASO PRÁCTICO.....	275
5.1.	Caso de la compañía.....	275
6.	EL CÁLCULO DE LOS COSTES EN LA EMPRESA: <i>FULL COSTING Y DIRECT COSTING</i>	279
7.	LA REMANENCIA DE LOS COSTES.....	280
Tema 13. ADQUISICIÓN Y RENOVACIÓN DE EQUIPOS.....		283
1.	INTRODUCCIÓN	283
2.	ADQUISICIÓN DE BIENES DE EQUIPO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	283
3.	COSTES DE LOS EQUIPOS.....	286
3.1.	Renovación de equipos.....	286
3.2.	Vida técnica.....	287
3.3.	Vida económica.....	287
3.4.	Cálculo de la vida óptima de un equipo.....	287
4.	OBSOLESCENCIA.....	288
5.	FINANCIACIÓN DE LA RENOVACIÓN DE EQUIPOS. EL <i>LEASING</i>	291
5.1.	Ventajas del leasing para el arrendatario.....	293
5.2.	Desventajas del <i>leasing</i>	293
6.	RESUMEN Y EJEMPLOS.....	294
6.1.	La amortización de los equipos	296
Tema 14. Gestión de stocks.....		301
1.	INTRODUCCIÓN	301
2.	OBJETIVOS DE CONTROL DE INVENTARIOS	302
3.	CLASES DE INVENTARIOS	302
4.	ORGANIZACIÓN DE LOS INVENTARIOS.....	304

5.	COSTES INVENTARIALES.....	304
6.	DECISIONES SOBRE EL INVENTARIO	306
6.1.	Solución gráfica cuando la demanda es constante y cierta	306
6.2.	Solución algebraica.....	308
7.	LOS MODELOS ESTOCÁSTICOS DE GESTIÓN DE STOCKS	311
Tema 15. EL FACTOR HUMANO. APROVISIONAMIENTO Y REMUNERACIÓN.....		315
1.	INTRODUCCIÓN	315
2.	MERCADO DE TRABAJO.....	315
3.	APROVISIONAMIENTO DE MANO DE OBRA.....	316
4.	SALARIOS	317
4.1.	Concepto.....	317
4.2.	Características de las curvas	318
5.	SISTEMAS DE RETRIBUCIÓN DEL TRABAJO	319
5.1.	Salarios por tiempo fijo.....	319
5.2.	Salarios basados en la producción	320
5.3.	Sistema directo de destajo.....	323
5.4.	Salario con prima	324
5.5.	Salario con prima sistema Halsey	326
5.6.	Sistema de salarios escalonados.....	328
6.	EL DISEÑO DE TAREAS	331
7.	LA EVALUACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO.....	331
Tema 16. EL PROCESO DE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA		335
1.	¿NECESIDAD DE LA DIRECCIÓN?.....	335
1.1.	La dirección como proceso social	335
1.2.	Lo objetivo y lo subjetivo de la dirección	337
1.3.	Dirección y concurrencia de objetivos	338
2.	DIRECCIÓN Y FUNCIONES SECUENCIALES	340
2.1.	Planificación	341
2.2.	Organización	341
2.3.	Dirección	342
2.4.	Control.....	342
3.	FUNCIONES DE DIRECCIÓN Y FUNCIONES DE EMPRESA.....	343
4.	UNIVERSALIDAD TEMPORAL Y ESPACIAL DEL PROCESO DE DIRECCIÓN..	344
4.1.	Formación de la ciencia básica de la dirección a lo largo del tiempo.....	344
4.2.	Universalidad de la dirección	345

4.3. Modelo de Farmer y Richman.....	346
4.4. Modelo de Negandhi y Stafen.....	347
4.5. Modelo de Koontz.....	348
5. CONCLUSIÓN.....	349
Tema 17. LA PLANIFICACIÓN.....	351
1. ¿QUÉ ES LA PLANIFICACIÓN?.....	351
2. LAS CARACTERÍSTICAS DE LA PLANIFICACIÓN.....	352
3. CLASES Y NIVELES DE PLANIFICACIÓN.....	353
4. LA PLANIFICACIÓN COMO PROCESO: SUS FASES.....	357
6. LIMITACIONES AL PROCESO PLANIFICADOR.....	358
7. EL PRONÓSTICO Y LA PREVISIÓN.....	359
7. LA DIRECCIÓN POR OBJETIVOS.....	360
Tema 18. ORGANIZACIÓN.....	363
1. INTRODUCCIÓN.....	363
2. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR ORGANIZACIÓN?.....	364
3. ORGANIZACIÓN FORMAL E INFORMAL.....	365
3.1. Criterios a seguir para el diseño estructural de la organización:	
El reparto de la autoridad.....	366
4. COMPONENTES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	367
4.1. Niveles de la organización.....	367
4.2. Departamentación.....	369
4.3. Organización matricial.....	373
5. LA AUTORIDAD.....	375
5.1. Aspecto subjetivo del concepto de autoridad de Barnard.....	376
5.2. Aspecto objetivo del concepto de autoridad en Barnard.....	377
6. AUTORIDAD DE LÍNEA Y AUTORIDAD DE <i>STAFF</i>	378
7. CONCLUSIONES SOBRE LA ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN FORMAL.....	379
8. EL INDIVIDUO Y LA ORGANIZACIÓN.....	380
8.1. Factores que limitan la eficiencia del individuo en la organización.....	381
8.2. Las necesidades del individuo y la organización.....	382
8.3. Modelo de interacción entre el individuo y la empresa de Beer.....	384
8.4. Modelo de interacción entre el individuo y la empresa de Ericson.....	385
9. EL GRUPO Y LA ORGANIZACIÓN.....	388
9.1. La eficiencia del grupo en el trabajo.....	389
9.2. La cohesión del grupo.....	389

9.3. Desarrollo de la cohesión	390
9.4. Los canales de comunicación en el grupo.....	391
Tema 19. DIRECCIÓN-LIDERAZGO	395
1. INTRODUCCIÓN	395
1.1. Significado del término liderazgo	395
1.2. Componentes del liderazgo. Personalidad y situación	396
2. ESTILOS DE LIDERAZGO	397
2.1. Experimento de White-Lippitt	397
2.2. Teoría X y Teoría Y de Douglas McGregor.....	399
2.3. Los cuatro sistemas de Likert	404
2.4. El tablero administrativo (Managerial grid) de Blake y Mouton.....	404
2.5. Esquema de Tannenbaum y Schmidt.....	406
3. APÉNDICE.....	408
Tema 20. EL CONTROL.....	409
1. DEFINICIÓN DEL CONTROL.....	409
2. LOS ELEMENTOS DEL CONTROL	409
3. PRINCIPIOS QUE INSPIRAN EL CONTROL.....	411
4. CLASES DE CONTROL.....	412
5. LOCALIZACIÓN DE LOS CONTROLES	413
6. EL CONTROL DE LOS COSTES INDIRECTOS.....	417
7. MODERNAS TÉCNICAS DE CONTROL.....	418
8. AUDITORÍA Y CONTROL	419
9. CONTROL Y SISTEMAS DE CONTROL.....	420
10. CONTABILIDAD Y CONTROL INTERNO.....	421
11. CONTROL, MEDICIÓN E INDICADORES	421
12. EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL Y EL <i>TABLEAU DE BORD</i>	423
12.1. Características del Cuadro de Mando Integral	423
12.2. Tipos de cuadro de mando	423
12.3. Cuadro de mando operativo	424
12.4. Clases de indicadores	425
12.5. El BSC o <i>Balanced Scorecard</i>	426
12.6. El <i>Balanced Scorecard</i> frente al Cuadro de mando integral	430
12.7. El <i>Balanced Scorecard</i> en la práctica	430
Tema 21. LA TOMA DE DECISIONES I	433
1. LA TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES.....	433

1.1.	Introducción	433
2.	CARACTERÍSTICAS DE LAS DECISIONES DE LOS MANAGERS	435
2.1.	Grado de estructuración del problema	435
2.2.	El riesgo y las decisiones	436
2.3..	Grado de incertidumbre	436
2.4.	Decisión y conflicto	437
3.	EL PROCESO DECISORIO.....	437
3.1.	Los métodos de decisión	439
4.	LA RACIONALIDAD LIMITADA	440
5.	LOS MODELOS Y LA TOMA DE DECISIONES.....	442
6.	LA EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS.....	444
7.	TÉCNICAS DE AYUDA A LA TOMA DE DECISIONES	445
7.1.	Herramientas de ayuda a la toma de decisiones	445
8.	<i>BRAIN STORMING</i>	445
9.	LA TÉCNICA DE LA MULTIVOTACIÓN.....	447
10.	LA TÉCNICA DE LOS CINCO PORQUÉS (<i>Five Whys</i>)	448
11.	ANÁLISIS DEL CAMPO DE FUERZAS (<i>Force Field Analysis</i>)	449
12.	LOS DIAGRAMAS CAUSA-EFECTO	450
13.	LOS DIAGRAMAS DE AFINIDAD	451
14.	EL DIAGRAMA DE INTERRELACIONES	452
15.	FLUJOGRAMAS	454
16.	LA MATRIZ DE PREFERENCIAS	454
17.	MAPAS MENTALES.....	454
18.	LA INCERTIDUMBRE Y LA TEORÍA DE LA DECISIÓN.....	454
19.	LA OPTIMIZACIÓN EN LAS DECISIONES EMPRESARIALES.....	457
19.1.	Introducción	457
19.2.	Esquema general.....	458
20.	LA PROGRAMACIÓN LINEAL.....	464
20.1.	Introducción	464
20.2.	La construcción del problema.....	465
21.	EL PERT	475
21.1.	Introducción	475
21.2.	El PERT: idea y utilidad.....	476
21.3.	Planteamiento del problema	477
21.4.	Holguras	484
21.4.	Algoritmo de resolución	486
21.5.	Cálculo de los tiempos <i>last</i>	486
21.6.	Cálculo de las holguras.....	487

21.6. El PERT-Incertidumbre	491
21.7. El PERT-Coste	491
22. DECISIONES TOMADAS EN SITUACIÓN DE INCERTIDUMBRE	492
22.1. Juegos contra la naturaleza	492
22.2. Criterios de decisión	494
22.3. Aplicación de los criterios	495
23. LOS ÁRBOLES DE DECISIÓN	502
23.1. Conclusiones y críticas	505
24. MODERNAS ORIENTACIONES DE LA TEORÍA DE LA DECISIÓN	505
24.1. La teoría de la negociación	505
24.2. Las decisiones de riesgo compartido	506
24.3. Decisiones en grupo.....	506
Tema 22. LA TOMA DE DECISIONES II	507
1. PROBLEMAS DE DECISIÓN	507
1.1. Introducción.....	507
1.2. Paradigma de decisión tradicional: problemas de decisión monobjetivo	511
1.3. Crítica al paradigma decisonal tradicional (o monobjetivo)	513
1.4. Problemas de decisión multiobjetivo	514
2. DECISIÓN MULTICRITERIO (MCDM).....	515
2.1. Problemas de decisión multiobjetivo	515
2.2. Conceptos de interés en la MCDM	516
2.3. Otros conceptos de interés en la MCDM	521
2.4. Tipos de soluciones de problemas de decisión multicriterio	523
2.5. Selección de criterios en problemas de decisión multicriterio.....	524
2.6. Análisis de sensibilidad de soluciones	525
2.7. Algunas aplicaciones de la MCDM	525
3. PROBLEMAS DE DECISIÓN MULTICRITERIO DISCRETOS	526
4. PONDERACIÓN Y NORMALIZACIÓN DE CRITERIOS	533
4.1. Métodos para obtener pesos preferenciales de criterios en los problemas de decisión multicriterio	533
4.2. Normalización de criterios.....	535
5. PRINCIPALES TÉCNICAS DE DECISIÓN MULTICRITERIO	536
Tema 23. MARKETING	539
1. INTRODUCCIÓN	539
1.1. El marketing como eje de la actividad empresarial.....	540
1.2. Estrategias y marketing.....	542

2.	LAS CUATRO OES DE UN MERCADO: OBJETOS, OBJETIVOS, ORGANIZACIÓN Y OPERACIONES.....	545
2.1.	Objetivos de compra del consumidor.....	546
2.3.	Organización para comprar.....	548
2.4.	El Marketing-MIX.....	549
3.	POLÍTICA DE PRODUCTOS Y PRECIOS.....	550
3.1.	Definición del producto.....	550
3.2.	Atributos del producto.....	551
4.	CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	553
4.1.	La diferenciación y el posicionamiento de marcas.....	555
5.	LÍNEAS DE PRODUCTOS.....	556
6.	NUEVOS PRODUCTOS Y ELIMINACIÓN DE PRODUCTOS.....	557
7.	POLÍTICA DE PRECIOS.....	559
7.1.	¿Cómo se fijan los precios?.....	559
7.2.	Precios psicológicos y precios redondos.....	563
8.	DISTRIBUCIÓN.....	564
8.1.	Función de distribución.....	565
9.	LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA.....	565
9.1.	Objetivo de la distribución física.....	566
9.2.	El transporte.....	567
10.	PROMOCIÓN-VENTA PERSONAL.....	569
11.	OBJETIVOS DE LA TAREA DE VENTAS.....	569
12.	NATURALEZA DE LA TAREA DE VENTAS.....	571
12.1.	Teorías de presentación de ventas.....	571
12.2.	La técnica AIDA en la presentación de ventas.....	572
12.3.	Diseño de los territorios.....	573
12.4.	Formas geográficas del territorio.....	574
12.5.	Tamaño fuerza de ventas.....	574
12.6.	Selección y formación de vendedores.....	575
12.7.	Remuneración de vendedores.....	577
13.	PUBLICIDAD.....	579
13.1.	Factores que intervienen en las ventas.....	580
13.2.	Concepto de publicidad.....	580
14.	EVALUACIÓN DE LA PUBLICIDAD.....	581
14.1.	Medidas directas.....	581
14.2.	Medidas indirectas.....	582
15.	EL MARKETING DIGITAL.....	582
15.1.	<i>Link Building</i>	584

15.2. El Neuromarketing.....	585
15.3. <i>Social Media Marketing</i> (SMM).....	586