

Índice

Presentación	XIII
---------------------------	------

PARTE I La toma de decisiones

1. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE DECISIÓN	3
1. Decisiones en ambiente de incertidumbre	5
2. La entropía	26
3. El valor del dinero en el tiempo	32
4. Los árboles de decisión y el valor esperado de la información perfecta.	43
5. La programación lineal	72
6. El método PERT y los gráficos de Gantt	95

PARTE II Dirección financiera

2. LAS DECISIONES FINANCIERAS	143
1. El balance: conceptos básicos	145
2. Beneficio y rentabilidad	148
3. El equilibrio económico-financiero de la empresa, el fondo de rotación o maniobra y el período medio de maduración.....	163
4. Los ratios como instrumento de análisis de la estructura económico-fi- nanciera de la empresa	186
3. LA SELECCIÓN DE INVERSIONES Y DE SUS FUENTES DE FINANCIACIÓN	199
1. Los elementos relevantes	201
2. La rentabilidad requerida de una inversión.....	203
3. Valoración de proyectos de inversión y de financiación	204

4. El cálculo de la rentabilidad de las inversiones y del coste de la financiación. Criterios de selección. La incidencia de la inflación	209
5. Casos particulares	220
6. La incidencia de los impuestos	266
7. El coste medio ponderado del capital.....	270
8. La rentabilidad requerida y la diferencia de riesgo entre las inversiones mutuamente excluyentes	272
9. Otros métodos de selección de inversiones	282

PARTE III Dirección de la producción

4. LAS DECISIONES DE PRODUCCIÓN	301
1. La primera decisión: producir o comprar	303
2. Los costes de producción y su control	304
3. La productividad	310
4. Los bienes equipo	320
5. Sistemas de remuneración por incentivos	338
5. LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN Y LA LOGÍSTICA	349
1. La localización de las instalaciones	351
2. La programación de la producción	364
3. La planificación y control de las actividades productivas	378
4. Los inventarios: modelos deterministas.....	382

PARTE IV Dirección de marketing

6. LAS DECISIONES DE MARKETING	391
1. La función de demanda a corto plazo y sus elasticidades.	393
2. El control del presupuesto mercadotécnico	396
3. La previsión de cuotas de mercado y las cadenas de Markov	405
4. Sistemas de afijación en investigación de mercados	411
5. La segmentación de mercados	415
6. La experimentación comercial.....	431
7. LA MEZCLA COMERCIAL.....	441
1. El posicionamiento de marcas	443
2. La creación de nuevos productos	449
3. La decisión de determinación de precios y sus limitaciones	454
4. Diferenciación y discriminación de precios	470
5. La publicidad	474
6. La venta personal	483

PARTE V
Complementos

8. VALORACIÓN Y RIESGO	489
1. El apalancamiento y el punto muerto	491
2. Endeudamiento y rentabilidad	506
3. El presupuesto de tesorería	520
4. Valoración de empresas	524

PRUEBAS OBJETIVAS DE AUTOEVALUACIÓN

1. Pruebas de las dos primeras partes	536
1.1. Primera prueba	536
I. Enunciados	536
II. Respuestas correctas	540
1.2. Segunda prueba	541
I. Enunciados	541
II. Respuestas correctas	546
1.3. Tercera prueba	546
I. Enunciados	546
II. Respuestas correctas	551
1.4. Cuarta prueba	552
I. Enunciados	552
II. Respuestas correctas	556
2. Pruebas de las tres últimas partes	557
2.1. Primera prueba	557
I. Enunciados	557
II. Respuestas correctas	562
2.2. Segunda prueba	563
I. Enunciados	563
II. Respuestas correctas	568
2.3. Tercera prueba	569
I. Enunciados	569
II. Respuestas correctas	574
2.4. Cuarta prueba	575
I. Enunciados	575
II. Respuestas correctas	580
3. Pruebas globales	581
3.1. Primera prueba	581
I. Enunciados	581
II. Respuestas correctas	586

3.2. Segunda prueba	587
I. Enunciados	587
II. Respuestas correctas	592
APÉNDICE DE TABLAS ESTADÍSTICAS	595