

# 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 SOSTENIBLE .....	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

Tema 5. EL RIESGO EN LAS ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS .....	151
1. DEFINICIONES DE «RIESGO».....	151
2. FORMAS DE TRATAR LOS RIESGOS .....	153
3. LA GESTIÓN DE RIESGOS .....	154
4. FASES DE LA GESTIÓN DE RIESGOS .....	158
5. ANÁLISIS DEL RIESGO.....	158
6. SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS.....	160
7. SISTEMA DE GESTIÓN DEL RIESGO EN REPSOL.....	162
8. LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL TIEMPO .....	163
9. TIPOS DE RIESGOS.....	167
Tema 6. LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA .....	171
1. EL CONCEPTO DE INVERSIÓN.....	171
2. LOS OBJETIVOS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN .....	172
3. TIPOLOGÍA DE INVERSIONES .....	173
4. LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA INVERSIÓN .....	175
5. LAS ETAPAS DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE INVERSIONES .....	175
6. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA TOMA DE DECISIONES DE INVERSIÓN..	176
7. ACTUALIZACIÓN Y CAPITALIZACIÓN (EL TIEMPO Y EL DINERO).....	177
8. EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN .....	178
8.1. El método del periodo de recuperación .....	178
8.2. La tasa media de rentabilidad .....	180
8.3. El método del valor actual neto.....	181
8.4. El método del tipo de interés interno .....	183
9. INTERÉS CALCULATORIO Y COSTE DE OPORTUNIDAD .....	187
10. SELECCIÓN DE INVERSIONES E INFLACIÓN .....	188
11. PROBLEMAS EN LA SELECCIÓN DE INVERSIONES .....	189
Tema 7. FINANCIACIÓN (I).....	195
1. INTRODUCCIÓN .....	195
2. LA FUNCIÓN FINANCIERA (OBJETO Y CONTENIDO).....	196
3. LA EMPRESA COMO SISTEMA DE CIRCULACIÓN DE FONDOS .....	197
4. EL FONDO DE MANIOBRA Y EL CAPITAL CIRCULANTE.....	198
5. LA ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA .....	201
5.1. La estructura financiera y el efecto del apalancamiento.....	201
5.2. Los factores que influyen en la estructura financiera de la empresa.....	203
5.3. La moderna teoría financiera y la estructura financiera óptima .....	204
5.4. La política de dividendos y el valor de las acciones .....	205

Tema 8. FINANCIACIÓN (II) .....	207
1. INTRODUCCIÓN .....	207
2. LOS RATIOS FINANCIEROS .....	207
3. EL APROVISIONAMIENTO DE MEDIOS FINANCIEROS .....	209
3.1. Los fondos propios .....	211
3.2. La autofinanciación .....	211
3.3. La financiación ajena.....	213
3.4. El sistema financiero .....	214
4. EL PLAN FINANCIERO (O RACIONAMIENTO DE MEDIOS).....	214
4.1. El plan financiero a largo plazo .....	215
4.2. Planificación financiera a corto plazo.....	217
4.3. El presupuesto de tesorería.....	217
5. LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA EMPRESA .....	218
 Tema 9. LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN EN LA EMPRESA .....	 219
1. INTRODUCCIÓN .....	219
2. LOCALIZACIÓN EN FUNCIÓN DEL MERCADO .....	221
2.1. Beneficio potencial de las zonas.....	222
2.2. Modelo de Stokes .....	222
2.3. Modelo de Reilly y Converse.....	224
2.4. Modelo de Nelson .....	224
3. DECISIONES DE LOCALIZACIÓN ORIENTADAS AL MERCADO DE ABASTECIMIENTO.....	226
3.1. Materias primas.....	226
3.2. Mano de obra .....	227
4. FUENTES DE INFORMACIÓN EN LA DECISIÓN DE LOCALIZACIÓN DE PLANTAS .....	227
5. QUÉ SE ENTIENDE POR DIMENSIÓN DE LA EMPRESA.....	228
6. LAS DISTINTAS MANIFESTACIONES DE LA DIMENSIÓN .....	229
7. LA DIMENSIÓN ÓPTIMA DE LA EMPRESA.....	230
8. LA DIMENSIÓN Y SUS VARIACIONES .....	231
8.1. La dimensión inicial.....	231
9. TEORÍAS SOBRE EL TAMAÑO .....	232
9.1. Aspecto técnico .....	232
9.2. Factores organizativos .....	233
9.3. El aspecto financiero .....	234
9.4. Aspecto comercial.....	235
9.5. El componente riesgo .....	236

10. LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA Y LOS COSTES.....	236
10.1. La salida típica, la salida óptima y la firma representativa.....	236
10.2. Dimensión y estructura del coste.....	238
10.3. Dimensión, ocupación y adaptación.....	239
10.4. El crecimiento de la empresa.....	240
 Tema 10. LA VALORACIÓN DE LA EMPRESA.....	 241
1. EL CONCEPTO DE VALOR.....	241
2. LA VALORACIÓN DE EMPRESAS COMO PROCESO DE DECISIÓN Y SUS FASES.....	244
3. LOS CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE EMPRESAS.....	246
3.1. Los criterios de valoración de empresas.....	246
3.2. Tipología de valores en la economía de la empresa.....	247
3.3. Los métodos de evaluación de empresas.....	248
 Tema 11. LA PRODUCCIÓN.....	 253
1. LA GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	254
2. TIPOLOGÍAS DE PRODUCCIÓN.....	256
3. PRODUCCIÓN CONTINUA VERSUS PRODUCCIÓN INTERMITENTE.....	258
4. ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN.....	258
5. MÉTODOS Y HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	260
5.1. MRP.....	260
5.2. SIX SIGMA.....	260
5.3. JIT.....	261
6. TEORÍA DE LAS IMITACIONES.....	262
7. MÉTODO DE LAS CINCO ESES.....	262
 Tema 12. LOS COSTES EN LA EMPRESA.....	 265
1. INTRODUCCIÓN.....	265
2. LOS COSTES SEGÚN LA TEORÍA ECONÓMICA.....	266
2.1. Coste de oportunidad.....	266
2.2. Costes explícitos e implícitos.....	266
2.3. Diferencia entre coste, pago y gasto.....	266
2.4. Tiempo y costes.....	267
3. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTES.....	267
3.1. Costes totales.....	268
3.2. Costes unitarios.....	270
3.3. La tasa de <i>output</i> óptima.....	272

4.	LOS COSTES MEDIOS DESDE EL PUNTO DE VISTA CONTABLE .....	272
4.1.	Clasificación de los costes desde el punto de vista contable .....	273
4.2.	Costes de producción y costes ajenos a la producción .....	275
5.	CASO PRÁCTICO.....	279
5.1.	Caso de la compañía.....	279
6.	EL CÁLCULO DE LOS COSTES EN LA EMPRESA: <i>FULL COSTING Y DIRECT COSTING</i> .....	283
7.	LA REMANENCIA DE LOS COSTES.....	284
Tema 13. ADQUISICIÓN Y RENOVACIÓN DE EQUIPOS.....		287
1.	INTRODUCCIÓN .....	287
2.	ADQUISICIÓN DE BIENES DE EQUIPO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	287
3.	COSTES DE LOS EQUIPOS.....	290
3.1.	Renovación de equipos.....	290
3.2.	Vida técnica.....	291
3.3.	Vida económica.....	291
3.4.	Cálculo de la vida óptima de un equipo.....	291
4.	OBSOLESCENCIA.....	292
5.	FINANCIACIÓN DE LA RENOVACIÓN DE EQUIPOS. EL <i>LEASING</i> .....	295
5.1.	Ventajas del leasing para el arrendatario.....	297
5.2.	Desventajas del <i>leasing</i> .....	297
6.	RESUMEN Y EJEMPLOS.....	298
6.1.	La amortización de los equipos .....	300
Tema 14. Gestión de stocks.....		305
1.	INTRODUCCIÓN .....	305
2.	OBJETIVOS DE CONTROL DE INVENTARIOS .....	306
3.	CLASES DE INVENTARIOS .....	306
4.	ORGANIZACIÓN DE LOS INVENTARIOS.....	308
5.	COSTES INVENTARIALES.....	308
6.	DECISIONES SOBRE EL INVENTARIO .....	310
6.1.	Solución gráfica cuando la demanda es constante y cierta .....	310
6.2.	Solución algebraica.....	312
7.	LOS MODELOS ESTOCÁSTICOS DE GESTIÓN DE STOCKS .....	315
Tema 15. EL FACTOR HUMANO. APROVISIONAMIENTO Y REMUNERACIÓN.....		319
1.	INTRODUCCIÓN .....	319

2.	MERCADO DE TRABAJO.....	319
3.	APROVISIONAMIENTO DE MANO DE OBRA.....	320
4.	SALARIOS .....	321
4.1.	Concepto.....	321
4.2.	Características de las curvas .....	322
5.	SISTEMAS DE RETRIBUCIÓN DEL TRABAJO .....	323
5.1.	Salarios por tiempo fijo.....	323
5.2.	Salarios basados en la producción .....	324
5.3.	Sistema directo de destajo.....	327
5.4.	Salario con prima .....	328
5.5.	Salario con prima sistema Halsey .....	330
5.6.	Sistema de salarios escalonados.....	332
6.	EL DISEÑO DE TAREAS .....	335
7.	LA EVALUACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO.....	335
Tema 16. EL PROCESO DE LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA .....		339
1.	¿NECESIDAD DE LA DIRECCIÓN?.....	339
1.1.	La dirección como proceso social .....	339
1.2.	Lo objetivo y lo subjetivo de la dirección .....	341
1.3.	Dirección y concurrencia de objetivos .....	342
2.	DIRECCIÓN Y FUNCIONES SECUENCIALES .....	344
2.1.	Planificación .....	345
2.2.	Organización .....	345
2.3.	Dirección .....	346
2.4.	Control.....	346
3.	FUNCIONES DE DIRECCIÓN Y FUNCIONES DE EMPRESA.....	347
4.	UNIVERSALIDAD TEMPORAL Y ESPACIAL DEL PROCESO DE DIRECCIÓN..	348
4.1.	Formación de la ciencia básica de la dirección a lo largo del tiempo.....	348
4.2.	Universalidad de la dirección .....	349
4.3.	Modelo de Farmer y Richman .....	350
4.4.	Modelo de Negandhi y Stafen.....	351
4.5.	Modelo de Koontz.....	352
5.	CONCLUSIÓN.....	353
Tema 17. LA PLANIFICACIÓN.....		355
1.	¿QUÉ ES LA PLANIFICACIÓN? .....	355
2.	LAS CARACTERÍSTICAS DE LA PLANIFICACIÓN .....	356
3.	CLASES Y NIVELES DE PLANIFICACIÓN .....	357

4.	LA PLANIFICACIÓN COMO PROCESO: SUS FASES .....	361
5.	LIMITACIONES AL PROCESO PLANIFICADOR.....	362
6.	EL PRONÓSTICO Y LA PREVISIÓN.....	363
7.	LA DIRECCIÓN POR OBJETIVOS.....	364
Tema 18. ORGANIZACIÓN.....		367
1.	INTRODUCCIÓN .....	367
2.	¿QUÉ SE ENTIENDE POR ORGANIZACIÓN?.....	368
3.	ORGANIZACIÓN FORMAL E INFORMAL .....	369
3.1.	Criterios a seguir para el diseño estructural de la organización:	
	El reparto de la autoridad .....	370
4.	COMPONENTES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	371
4.1.	Niveles de la organización.....	371
4.2.	Departamentación .....	373
4.3.	Organización matricial.....	377
5.	LA AUTORIDAD.....	379
5.1.	Aspecto subjetivo del concepto de autoridad de Barnard .....	380
5.2.	Aspecto objetivo del concepto de autoridad en Barnard .....	381
6.	AUTORIDAD DE LÍNEA Y AUTORIDAD DE <i>STAFF</i> .....	382
7.	CONCLUSIONES SOBRE LA ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN FORMAL.....	383
8.	EL INDIVIDUO Y LA ORGANIZACIÓN.....	384
8.1.	Factores que limitan la eficiencia del individuo en la organización.....	385
8.2.	Las necesidades del individuo y la organización .....	386
8.3.	Modelo de interacción entre el individuo y la empresa de Beer .....	388
8.4.	Modelo de interacción entre el individuo y la empresa de Ericson.....	389
9.	EL GRUPO Y LA ORGANIZACIÓN.....	392
9.1.	La eficiencia del grupo en el trabajo .....	393
9.2.	La cohesión del grupo.....	393
9.3.	Desarrollo de la cohesión.....	394
9.4.	Los canales de comunicación en el grupo.....	395
Tema 19. DIRECCIÓN-LIDERAZGO.....		399
1.	INTRODUCCIÓN .....	399
1.1.	Significado del término liderazgo .....	399
1.2.	Componentes del liderazgo. Personalidad y situación .....	400
2.	ESTILOS DE LIDERAZGO .....	401
2.1.	Experimento de White-Lippitt .....	401

2.2.	Teoría X y Teoría Y de Douglas McGregor.....	403
2.3.	Los cuatro sistemas de Likert .....	408
2.4.	El tablero administrativo (Managerial grid) de Blake y Mouton.....	408
2.5.	Esquema de Tannenbaum y Schmidt.....	410
3.	APÉNDICE.....	412
Tema 20. EL CONTROL.....		413
1.	DEFINICIÓN DEL CONTROL.....	413
2.	LOS ELEMENTOS DEL CONTROL .....	413
3.	PRINCIPIOS QUE INSPIRAN EL CONTROL.....	415
4.	CLASES DE CONTROL.....	416
5.	LOCALIZACIÓN DE LOS CONTROLES .....	417
6.	EL CONTROL DE LOS COSTES INDIRECTOS.....	421
7.	MODERNAS TÉCNICAS DE CONTROL.....	422
8.	AUDITORÍA Y CONTROL .....	423
9.	CONTROL Y SISTEMAS DE CONTROL.....	424
10.	CONTABILIDAD Y CONTROL INTERNO.....	425
11.	CONTROL, MEDICIÓN E INDICADORES .....	425
12.	EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL Y EL <i>TABLEAU DE BORD</i> .....	427
12.1.	Características del Cuadro de Mando Integral .....	427
12.2.	Tipos de cuadro de mando .....	427
12.3.	Cuadro de mando operativo .....	428
12.4.	Clases de indicadores .....	429
12.5.	El BSC o <i>Balanced Scorecard</i> .....	430
12.6.	El <i>Balanced Scorecard</i> frente al Cuadro de mando integral .....	434
12.7.	El <i>Balanced Scorecard</i> en la práctica .....	434
Tema 21. LA TOMA DE DECISIONES I .....		437
1.	LA TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES.....	437
1.1.	Introducción .....	437
2.	CARACTERÍSTICAS DE LAS DECISIONES DE LOS MANAGERS .....	439
2.1.	Grado de estructuración del problema .....	439
2.2.	El riesgo y las decisiones .....	440
2.3.	Grado de incertidumbre .....	440
2.4.	Decisión y conflicto .....	441
3.	EL PROCESO DECISORIO.....	441
3.1.	Los métodos de decisión.....	443
4.	LA RACIONALIDAD LIMITADA.....	444

5.	LOS MODELOS Y LA TOMA DE DECISIONES.....	446
6.	LA EVALUACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS.....	448
7.	TÉCNICAS DE AYUDA A LA TOMA DE DECISIONES .....	449
7.1.	Herramientas de ayuda a la toma de decisiones .....	449
8.	<i>BRAIN STORMING</i> .....	449
9.	LA TÉCNICA DE LA MULTIVOTACIÓN.....	451
10.	LA TÉCNICA DE LOS CINCO PORQUÉS ( <i>Five Whys</i> ).....	452
11.	ANÁLISIS DEL CAMPO DE FUERZAS ( <i>Force Field Analysis</i> ) .....	453
12.	LOS DIAGRAMAS CAUSA-EFECTO .....	454
13.	LOS DIAGRAMAS DE AFINIDAD .....	455
14.	EL DIAGRAMA DE INTERRELACIONES .....	456
15.	FLUJOGRAMAS .....	458
16.	LA MATRIZ DE PREFERENCIAS .....	458
17.	MAPAS MENTALES.....	458
18.	LA INCERTIDUMBRE Y LA TEORÍA DE LA DECISIÓN.....	458
19.	LA OPTIMIZACIÓN EN LAS DECISIONES EMPRESARIALES.....	461
19.1.	Introducción .....	461
19.2.	Esquema general.....	462
20.	LA PROGRAMACIÓN LINEAL.....	468
20.1.	Introducción .....	468
20.2.	La construcción del problema.....	469
21.	EL PERT .....	479
21.1.	Introducción .....	479
21.2.	El PERT: idea y utilidad.....	480
21.3.	Planteamiento del problema .....	481
21.4.	Holguras .....	488
21.4.	Algoritmo de resolución .....	490
21.5.	Cálculo de los tiempos <i>last</i> .....	490
21.6.	Cálculo de las holguras.....	491
21.6.	El PERT-Incertidumbre .....	495
21.7.	El PERT-Coste .....	495
22.	DECISIONES TOMADAS EN SITUACIÓN DE INCERTIDUMBRE.....	496
22.1.	Juegos contra la naturaleza .....	496
22.2.	Criterios de decisión .....	498
22.3.	Aplicación de los criterios .....	499
23.	LOS ÁRBOLES DE DECISIÓN .....	506
23.1.	Conclusiones y críticas .....	509
24.	MODERNAS ORIENTACIONES DE LA TEORÍA DE LA DECISIÓN .....	509

24.1. La teoría de la negociación .....	509
24.2. Las decisiones de riesgo compartido .....	510
24.3. Decisiones en grupo.....	510
Tema 22. LA TOMA DE DECISIONES II .....	511
1. PROBLEMAS DE DECISIÓN .....	511
1.1. Introducción.....	511
1.2. Paradigma de decisión tradicional: problemas de decisión monobjetivo	515
1.3. Crítica al paradigma decisional tradicional (o monobjetivo) .....	517
1.4. Problemas de decisión multiobjetivo .....	518
2. DECISIÓN MULTICRITERIO (MCDM).....	519
2.1. Problemas de decisión multiobjetivo .....	519
2.2. Conceptos de interés en la MCDM .....	520
2.3. Otros conceptos de interés en la MCDM .....	525
2.4. Tipos de soluciones de problemas de decisión multicriterio .....	527
2.5. Selección de criterios en problemas de decisión multicriterio.....	528
2.6. Análisis de sensibilidad de soluciones .....	529
2.7. Algunas aplicaciones de la MCDM .....	529
3. PROBLEMAS DE DECISIÓN MULTICRITERIO DISCRETOS .....	530
4. PONDERACIÓN Y NORMALIZACIÓN DE CRITERIOS .....	537
4.1. Métodos para obtener pesos preferenciales de criterios en los problemas de decisión multicriterio .....	537
4.2. Normalización de criterios.....	539
5. PRINCIPALES TÉCNICAS DE DECISIÓN MULTICRITERIO .....	540
Tema 23. MARKETING .....	543
1. INTRODUCCIÓN .....	543
1.1. El marketing como eje de la actividad empresarial.....	544
1.2. Estrategias y marketing.....	546
2. LAS CUATRO OES DE UN MERCADO: OBJETOS, OBJETIVOS, ORGANIZACIÓN Y OPERACIONES.....	549
2.1. Objetivos de compra del consumidor .....	550
2.3. Organización para comprar.....	552
2.4. El Marketing-MIX.....	553
3. POLÍTICA DE PRODUCTOS Y PRECIOS.....	554
3.1. Definición del producto .....	554
3.2. Atributos del producto.....	555
4. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO .....	557

4.1. La diferenciación y el posicionamiento de marcas .....	559
5. LÍNEAS DE PRODUCTOS .....	560
6. NUEVOS PRODUCTOS Y ELIMINACIÓN DE PRODUCTOS .....	561
7. POLÍTICA DE PRECIOS .....	563
7.1. ¿Cómo se fijan los precios? .....	563
7.2. Precios psicológicos y precios redondos .....	567
8. DISTRIBUCIÓN .....	568
8.1. Función de distribución.....	569
9. LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA.....	569
9.1. Objetivo de la distribución física .....	570
9.2. El transporte.....	571
10. PROMOCIÓN-VENTA PERSONAL.....	573
11. OBJETIVOS DE LA TAREA DE VENTAS.....	573
12. NATURALEZA DE LA TAREA DE VENTAS.....	575
12.1. Teorías de presentación de ventas.....	575
12.2. La técnica AIDA en la presentación de ventas.....	576
12.3. Diseño de los territorios .....	577
12.4. Formas geográficas del territorio .....	578
12.5. Tamaño fuerza de ventas .....	578
12.6. Selección y formación de vendedores .....	579
12.7. Remuneración de vendedores .....	581
13. PUBLICIDAD .....	583
13.1. Factores que intervienen en las ventas.....	584
13.2. Concepto de publicidad.....	584
14. EVALUACIÓN DE LA PUBLICIDAD.....	585
14.1. Medidas directas.....	585
14.2. Medidas indirectas.....	586
15. EL MARKETING DIGITAL .....	586
15.1. <i>Link Building</i> .....	588
15.2. El Neuromarketing.....	589
15.3. <i>Social Media Marketing (SMM)</i> .....	590