

INDICE

Capítulo 1. Fundamentos de la economía de la empresa	1
Capítulo 2. Fuerzas del mercado: oferta y demanda	35
Capítulo 3. Análisis cuantitativo de la demanda	73
Capítulo 4. La teoría del comportamiento individual	117
Capítulo 5. El proceso de producción y los costes	156
Capítulo 6. La organización de la empresa	204
Capítulo 7. La naturaleza de la industria	236
Capítulo 8. Dirección empresarial en mercados competitivos, monopolistas y de competencia monopolista	266
Capítulo 9. Modelos básicos del oligopolio	315
Capítulo 10. Teoría de jugos: dentro de un oligopolio	352
Capítulo 11: Estrategias de fijación de precios de las empresas con poder de mercado	397
Capítulo 12: La economía de la información	434
Capítulo 13: Estrategia empresarial avanzado	474
Capítulo 14: La guía directivo sobre la intervención del gobierno en el mercado	508
Caso. Los retos de Time Warner	546