

INDICE

| | Pág. |
|---|------------|
| MODULO I: Finanzas | 11 |
| Unidad 1. Estados financieros | 13 |
| 1.1. Conceptos básicos | 14 |
| 1.2. Principios de contabilidad generalmente aceptados | 19 |
| 1.3. Estados financieros | 25 |
| 1.4. Código de cuentas | 70 |
| Autoevaluación | 77 |
| Clave de respuestas | 81 |
| Unidad 2. Análisis de los estados financieros | 83 |
| 2.1. Tipos de indicadores financieros | 85 |
| 2.2. Interpretación de indicadores financieros | 111 |
| 2.3. Relación entre diferentes indicadores financieros | 116 |
| 2.4. Indicadores de inversión | 118 |
| Autoevaluación | 127 |
| Clave de respuestas | 130 |
| Unidad 3. Alternativas de financiamientos. | 133 |
| 3.1. Decisiones de estructura de capital | 134 |
| 3.2. Financiamiento a corto plazo | 145 |
| 3.3. Financiamiento a largo plazo | 160 |
| Autoevaluación | 173 |
| Clave de respuestas | 176 |
| Unidad 4. Presupuestos | 179 |
| 4.1. Necesidades del presupuesto | 179 |
| 4.2. Guías para el establecimiento del presupuesto | 180 |
| 4.3. Centros de responsabilidad | 187 |
| 4.4. Consideraciones humanas | 190 |
| 4.5. Análisis de desempeño vs. presupuesto | 191 |
| 4.6. Otros tipos de presupuesto | 195 |
| Autoevaluación | 203 |
| Clave de respuestas | 205 |

| | Pág. |
|---|------------|
| MODULO II: Mercadeo. | 209 |
| Unidad 5. Análisis de oportunidades de mercadeo. | 213 |
| 5.1. Conceptos básicos. | 214 |
| 5.2. Mercados de consumo y conductas del comprador . . . | 228 |
| 5.3. Segmentación del mercado | 241 |
| 5.4. Medición y pronóstico del mercado. | 250 |
| Autoevaluación | 261 |
| Clave de respuestas | 262 |
| Unidad 6. Planificación de la estrategia de mercadeo. | 265 |
| 6.1. Planificación de mercado. | 266 |
| 6.2. Estrategias competitivas de mercadeo | 270 |
| 6.3. Estrategia del ciclo de vida del producto | 275 |
| 6.4. Estrategias de desarrollo de nuevos productos. | 278 |
| Autoevaluación | 283 |
| Clave de respuestas | 285 |
| Unidad 7. Ensamblaje de la mezcla de mercadeo | 287 |
| 7.1. Decisiones sobre el producto. | 288 |
| 7.2. Decisiones sobre precios | 300 |
| 7.3. Decisiones sobre canales de distribución | 315 |
| 7.4. Decisiones sobre los canales de comunicación | 322 |
| Autoevaluación | 329 |
| Clave de respuestas | 331 |
| Unidad 8. Mercadeo industrial. | 335 |
| 8.1. El mercadeo industrial y el consumidor industrial. . . . | 335 |
| 8.2. La estrategia de planificación de productos y selección de mercados | 341 |
| 8.3. Estrategias de precios | 346 |
| 8.4. La distribución | 353 |
| Autoevaluación | 361 |
| Clave de respuestas | 363 |