



Catálogo Universitario | 2022

**Mc
Graw
Hill**

H i g h e r E d u c a t i o n



Ciencias Económico - Administrativa

ALEKS®

¿Qué es Aleks?

Es un sistema online adaptativo que ofrece una experiencia de aprendizaje individualizado en matemáticas, con contenidos de nivel superior. ALEKS ha sido utilizado con éxito por millones de estudiantes en miles de instituciones alrededor del mundo.

Mc
Graw
Hill

Resultados

El resultado de una evaluación en ALEKS consiste en (a) la descripción precisa y completa de la competencia del estudiante individual en una materia en particular en la forma de un nivel de conocimiento que describe los tipos de problemas que ya domina, y (b) los tipos de problemas que el estudiante individual ya está listo para aprender.

1. Con ALEKS, los estudiantes logran el dominio más del 90% del tiempo.
2. ALEKS se adapta a cada estudiante.
3. ALEKS descubre los temas que los estudiantes ya conocen.
4. Luego les ayuda a aprender y retener más.



¿Cómo puede el docente dar seguimiento y conocer mejor a cada estudiante?

ALEKS utiliza tecnología patentada de análisis de aprendizaje automático para alertar rápidamente a los maestros sobre estudiantes que estén en riesgo de reprobación del curso.

Con estos análisis, los instructores reciben notificaciones por correo electrónico sobre quienes:

1. No estén teniendo éxito.
2. Dejen de tener éxito.
3. Estén postergando excesivamente.
4. Estén aprendiendo de manera exageradamente rápida.

Los análisis permiten que los instructores tomen medidas oportunas para ayudar a los estudiantes que más lo necesitan.

“ALEKS ha sido utilizado con éxito por millones de estudiantes en miles de instituciones alrededor del mundo”.

Para mayor información ingresa a:

<https://www.mheducation.com.mx/mx-aleks-educacion-universitaria>



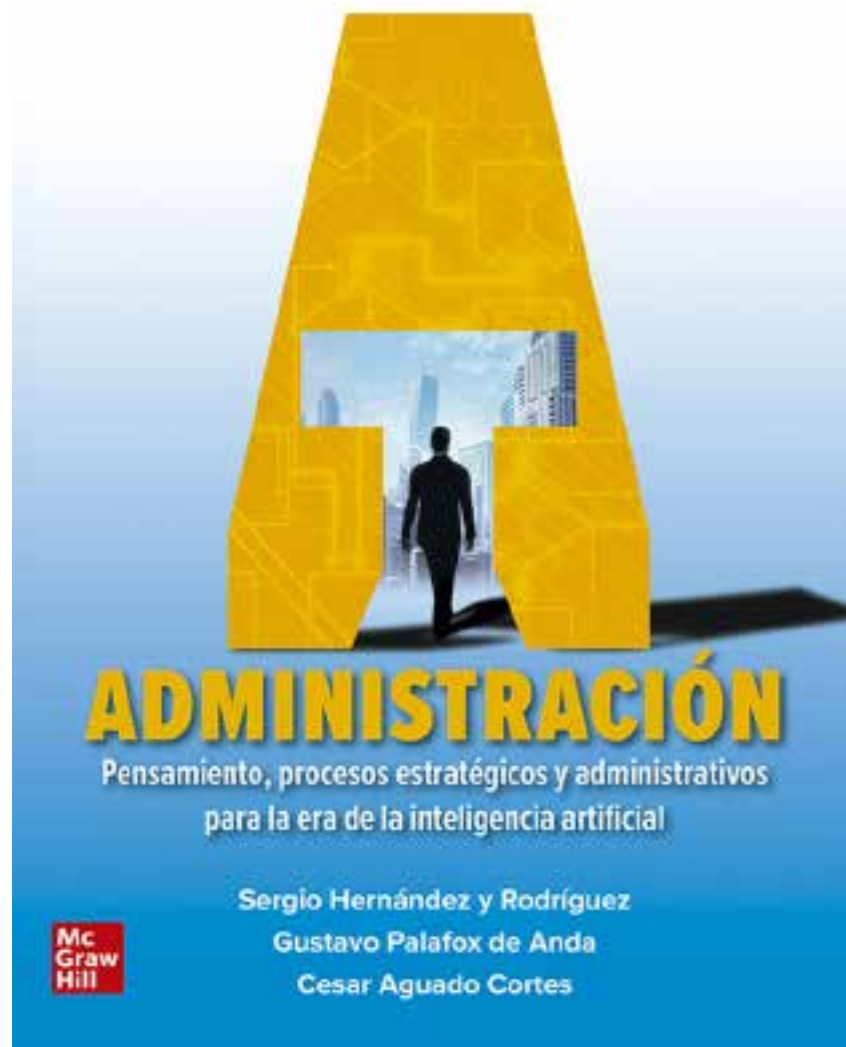


ADMINISTRACIÓN. Pensamiento, Procesos Estratégicos y Administrativos para la era de la Inteligencia Artificial

Autores: Aguado, César, Hernández y Rodríguez, Sergio, Palafox, Gustavo.

Edición: Primera

Año: 2020



Sinopsis:

Este nuevo libro acerca de Administración es una lección práctica de estudiar el reto de administrar y dirigir personas en la era de transformación digital. “Administración significa el trabajo con y por medio de personas para lograr objetivos”, este libro se enfoca en explorar cómo...una eficaz dirección de personas puede convertirse en la dimensión clave para que las empresas en México y otros países más sean más productivas y competitivas en este entorno cada vez más digital, más desafiante. En este libro se podrá aprender a ser práctico y a la vez aplicar conocimientos innovadores que colaboren a generar una experiencia atractiva para el lector, ya sean los estudiantes en los diversos grados académicos, profesores, investigadores, empresarios y todo aquel interesado en el ambiente de las organizaciones.

Ayudará al lector en este entorno de competencia en mejorar y en aplicar prácticas que aprovechen la automatización y nuevas tecnologías. Lo anterior para complementar, y no sustituir el talento de las personas como fuente de ventaja competitiva y en políticas fijadas para el área de administración para ser más rentables y que contribuyan de manera positiva y significativa en los resultados de la organización

Contenido:

Parte I. La administración de las cavernas a la inteligencia artificial, 1. Fundamentos históricos de la administración y marco conceptual, 2. La administración en la empresa y en otros organismos productivos, 3. Corriente clásica de Fayol y su vigencia en el siglo XXI, 4. La administración científica de Taylor, escuelas matemáticas y la teoría de la complejidad, 5. Teoría General de Sistemas (TGS) y sistemas de información SIAG. Parte II. Procesos estratégicos y administrativos. 6. Administración por objetivos y su vinculación con el factor humano, 7. Procesos estratégicos y administrativos (PA), 8. Planteamiento, 9. Planeación, 10. Organización, 11. Integración e incorporación, 12. Dirección, 13. Control, 14. Las áreas funcionales y sus aplicaciones de inteligencia artificial, 15. Filosofía y ética organizacional.

ISBN Impreso: 9781456277147

ISBN Ebook: 9781456279516

ISBN Connect: 9781456255107

Recurso digital: Connect

Páginas: 464

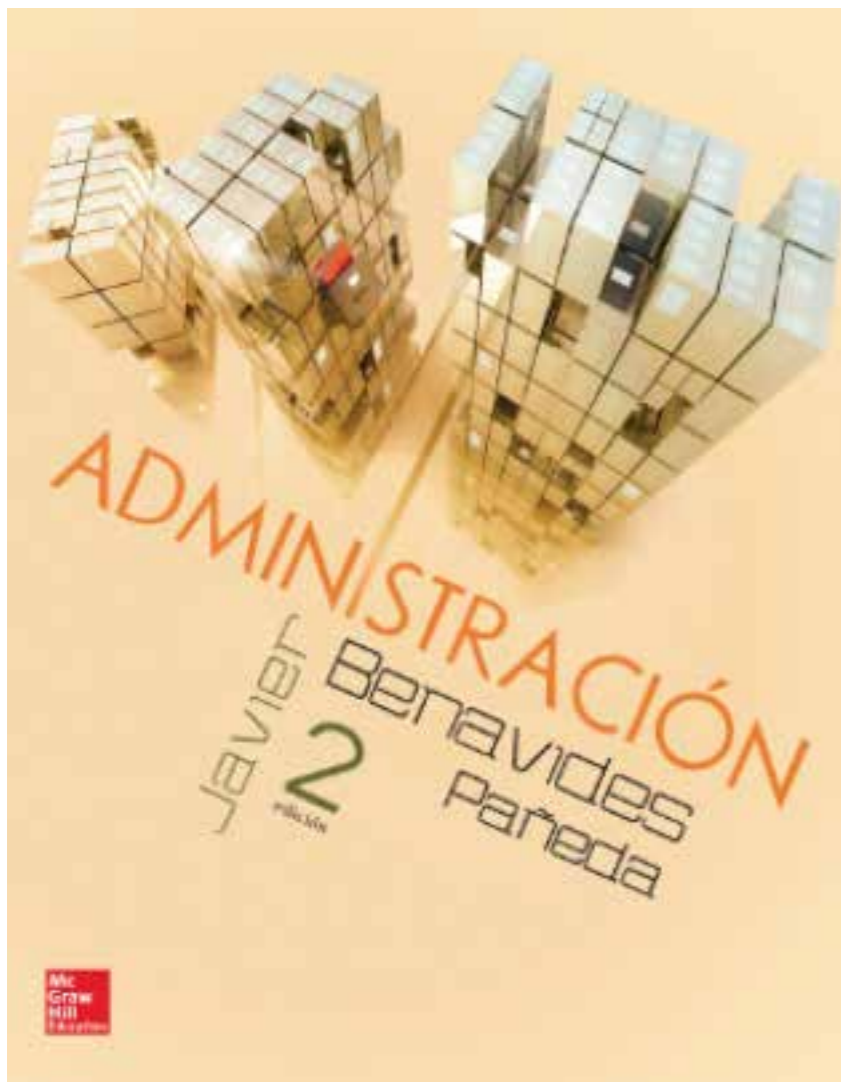


ADMINISTRACIÓN

Autores: Benavides, Javier

Edición: Segunda

Año: 2014



Sinopsis:

Administración, de Javier Benavides, detalla de manera amigable los pasos del proceso administrativo y busca que el estudiante aprenda paulatinamente los conceptos y la teoría vigente. Los buenos administradores no nacen, se hacen, por ello es imposible negar que estos son moldeados por la experiencia. Es claro que amplían su capacidad administrativa y su técnica empresarial enfrentándose a los problemas de la vida real. Sin embargo, inician su formación con el estudio de la teoría expuesta en los libros de texto, que a su vez se basa en la currícula universitaria diseñada para una estructura ideal de acumulación de conocimientos.

Este libro fue creado considerando los programas de administración a nivel superior, de tal forma que pueda emplearse como texto y como referencia bibliográfica en los posgrados relacionados con esta área del conocimiento. Temas como Planeación estratégica, Liderazgo, Comunicación, Motivación, y Herramientas y técnicas de control permiten tener un panorama general de la materia. La utilización de cuadros, gráficas y tablas permite entender de manera más clara los conceptos aquí presentados.

Contenido:

1. Planeación 2. Organización 3. Integración 4. Dirección 5. Control

ISBN Impreso: 9786071511843

ISBN Ebook: 9781456211196

Páginas: 329



ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA

Autores: Jones, Gareth y Jennifer M. George

Edición: Decima

Año: 2019



Sinopsis:

Esta obra mantiene su misión de brindar a los estudiantes los cambios más novedosos y actualizados que ocurren en la administración de empresas.

La complejidad en los intercambios entre compañías globales ha modificado las organizaciones y los gerentes están más presionados para encontrar e implementar nuevas prácticas de administración que aumenten la eficiencia y eficacia de sus empresas, así como su capacidad de sobrevivir y prosperar en un entorno global cada vez más competitivo. Los cambios de esta obra apuntan en esa dirección.

A los estudiantes les gusta el contenido del libro y la forma en que relaciona la teoría de la administración con ejemplos de la vida real para transmitir el mensaje de que la administración es importante tanto porque determina cuán bueno es el desempeño de las organizaciones, como porque los gerentes y las organizaciones afectan las vidas de las personas dentro y fuera de la organización, tales como empleados, clientes y grupos de interés.

Contenido:

1. Administradores y administración 2. Evolución del pensamiento administrativo 3. Valores, actitudes, emociones y cultura 4. Ética y responsabilidad social 5. Administrar a empleados diversos y un entorno multicultural 6. Administrar en un entorno global 7. Toma de decisiones, aprendizaje, creatividad y espíritu emprendedor 8. El administrador como planificador y estrategia 9. Administración de la cadena de valor 10. Administrar la cultura organizacional y la cultura 11. Control organizacional y cambio 12. Administración de RRHH 13. Motivación y desempeño 14. Liderazgo 15. Equipos y grupos efectivos 16. Promover la comunicación efectiva 17. Administración de conflictos, políticas y negociación 18. Uso de las TI para aumentar el desempeño.

ISBN Impreso: 9781456269579

ISBN Ebook: 9781456270117

ISBN Connect: 9781456266868

Recurso digital: Connect

Páginas: 656



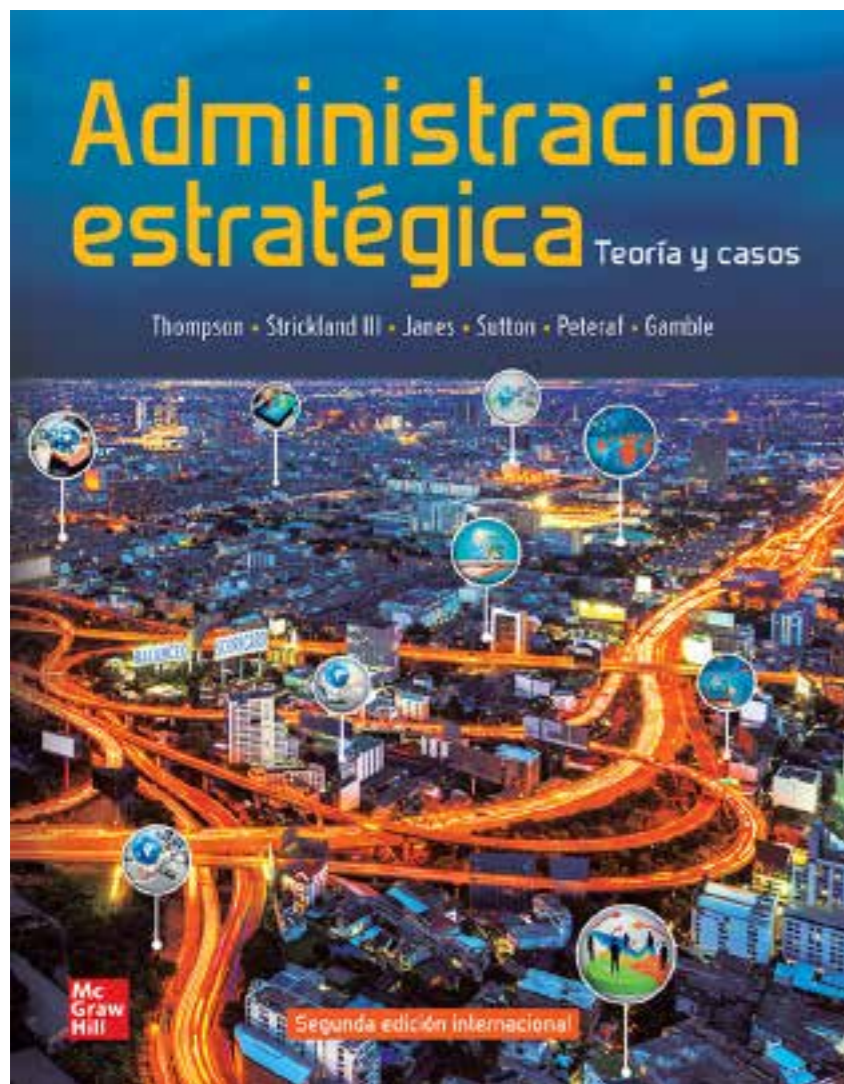
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.

Teoría y Casos

Autores: Thompson Arthur , Stickland III, Janes et al.

Edición: Segunda

Año: 2016



Sinopsis:

El rasgo definitorio de esta edición es la discusión actualizada de los conceptos centrales y herramientas analíticas del libro. Cada capítulo se actualizó y se agregaron decenas de nuevos ejemplos, junto con nuevas cápsulas ilustrativas y temas emergentes para que el contenido cobre vida y proporcione una visión de primera mano de la estrategia en acción. También se agregaron casos nuevos para ayudar a poner los problemas clave en contexto y demostrar cómo funciona la estrategia en la vida real. Esta edición de Administración estratégica está dividida en dos partes.

La primera hace un recorrido por todos los aspectos teóricos, como la evaluación del entorno externo de una organización, así como de los recursos y capacidades de una empresa, estrategias para el crecimiento internacional y para la sustentabilidad. La segunda reúne casos de estudio que están enmarcados en torno a cuestiones estratégicas clave y sirven para agregar profundidad y contexto al contenido temático de los capítulos. Muchos de estos ejemplos involucran compañías de alto perfil que los estudiantes reconocerán y relacionarán inmediatamente.

Contenido:

1. ¿Qué es estrategia y por qué es importante? 2. Liderar el proceso de elaboración y ejecución de estrategia 3. Evaluación del entorno externo de una organización 4. Evaluar los recursos y capacidades de una empresa 5. Estrategias para la ventaja competitiva: estrategias genéricas y más allá 6. Estrategias para cambiar el juego: nuevas formas de operar y modificar el alcance de las operaciones 7. Estrategias para el crecimiento internacional 8. Estrategias para administrar un grupo de empresas: diversificación 9. Estrategias para la sustentabilidad: personas, planeta y ganancias 10. Configurar la organización 11. Cultura corporativa y liderazgo: claves para una buena ejecución de la estrategia

ISBN Impreso: 9781456260934

ISBN Ebook: 9781456261603

ISBN Connect: 9781456274771

Recurso digital: Connect

Páginas: 660



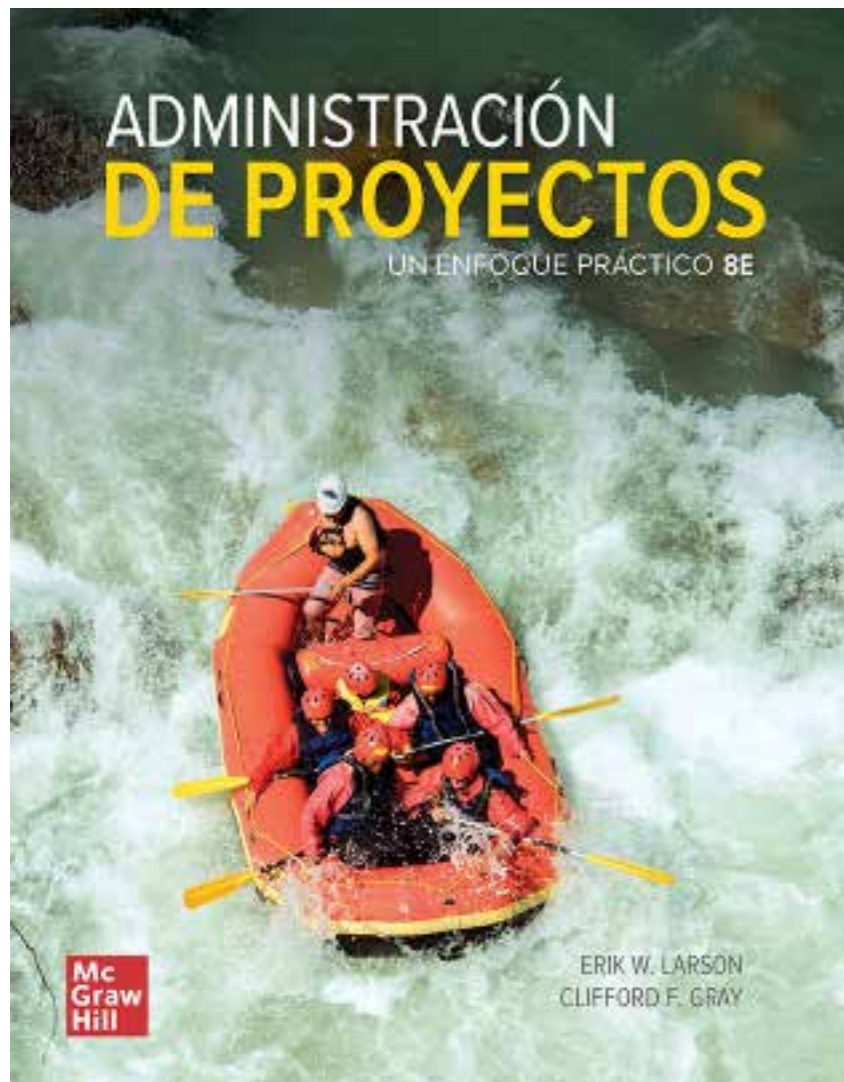
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS.

Un enfoque práctico

Autores: Erik W. Larson y Clifford F. Gray

Edición: Octava

Año: 2021



Sinopsis:

El libro proporciona una visión realista y sociotécnica de la administración de proyectos ya que además de dominar las herramientas y los procesos esenciales para el éxito de la administración de proyectos, también considera que la eficacia de estas herramientas y métodos está formada y determinada por la cultura prevaleciente de la organización y la dinámica interpersonal de las personas involucradas.

Abarca los conceptos y habilidades que utilizan los gerentes para proponer, planificar, asegurar recursos, presupuestar y llevar a los equipos de proyectos a completar con éxito sus proyectos.

El texto debe resultar útil para los estudiantes y posibles gerentes de proyectos para ayudarles a entender por qué las organizaciones han desarrollado un proceso formal de administración de proyectos para obtener una ventaja competitiva. Los lectores descubrirán que los conceptos y técnicas discutidos con suficiente detalle son inmediatamente útiles en situaciones de nuevo proyecto.

Los administradores de proyectos en la práctica encontrarán que el libro es una guía valiosa y una gran referencia cuando tengan que lidiar con problemas típicos que surgen en el curso de un proyecto.

Contenido:

1. Moderna administración de proyectos. 2. Estrategia de organización y selección de proyectos. 3. Organización: cultura y estructura. 4. Definición del proyecto. 5. Estimación de tiempos y costos del proyecto. 6. Desarrollo de un plan para el proyecto. 7. Administración del riesgo. 8. Programación de recursos y costos. 9. Reducción de la duración del proyecto. 10. Cómo ser un administrador de proyectos eficaz. 11. Administración de los equipos de proyectos. 12. Subcontratación: Administración de relaciones entre organizaciones. 13. Medición y evaluación del avance y desempeño. 14. Cierre del proyecto. 15. Administración con Agile PM. 16. Proyectos internacionales. Apéndices: 1. Soluciones a los ejercicios seleccionados. 2. Ejercicios de proyectos por computadora.

ISBN Impreso: 9781456284770

ISBN Ebook: 9781456284763

ISBN Connect: 9781456286873

Recurso digital: Connect® y SmartBook 2.0

Páginas: 704

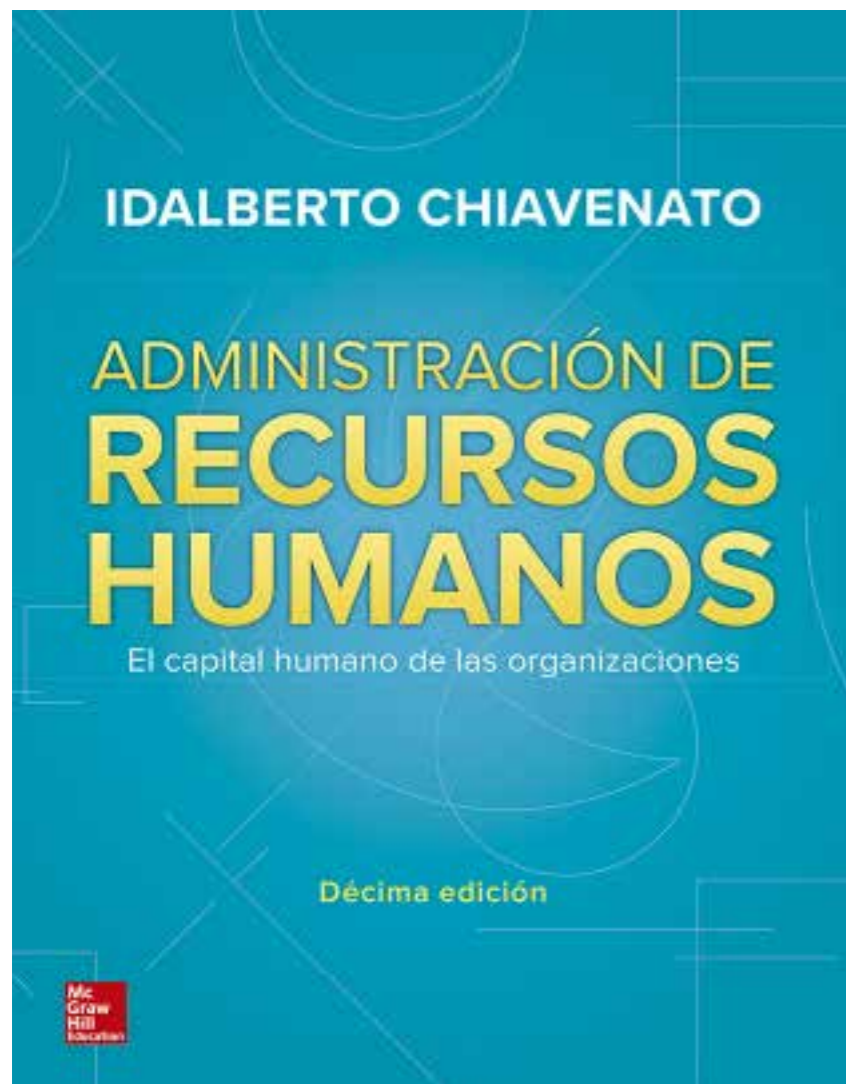


ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Autor: Chiavenato, Idalberto

Edición: Decima

Año: 2018



Sinopsis:

Dirigida al curso de Administración de recurso humanos o Administración del capital humano, de carreras de áreas administrativas, pedagogía e ingeniería industrial, entre otras. El concepto de recursos humanos ha evolucionado desde la era industrial, cuando fue acuñado, hasta nuestros tiempos en que se considera a las personas socios activos y proactivos de las organizaciones. Este título analiza de manera detallada el desempeño del capital humano como un factor clave en el éxito de cualquier organización y el papel de un liderazgo eficaz para conducirlo al logro de los objetivos organizacionales. Se enfoca en la cualidad de cambio y diversidad constante de las organizaciones y de las personas, la gestión de recursos humanos, el reclutamiento y selección de personal, la planeación de trabajo, la gestión y evaluación del desempeño, la remuneración, los planes de prestaciones sociales y la calidad de vida en el trabajo, entre otros temas.

Contenido:

1. Interacción entre personas y organizaciones 2. El sistema de gestión de recursos humanos 3. Subsistema de provisión de recursos humanos 4. Subsistema de organización de recursos humanos 5. Subsistema de retención de recursos humanos 6. Subsistema de desarrollo de recursos humanos 7. Subsistema de auditoría de recursos humano.

ISBN Impreso: 9781456263164

ISBN Ebook: 9781456263430

ISBN Connect:

Recurso digital: Connect

Páginas: 440

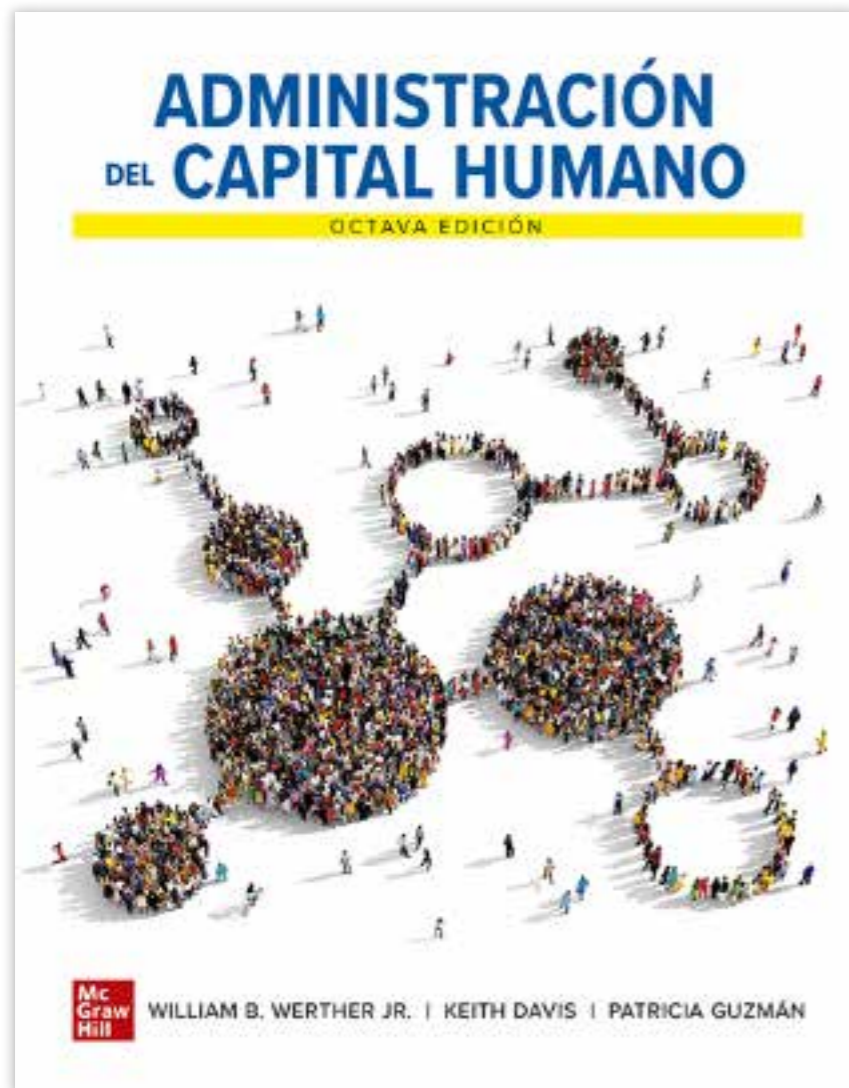


ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO

Autores: Werther, William y Patricia Guzmán

Edición: Octava

Año: 2019



Sinopsis:

Se centra en el capital humano (CH) y cómo una organización debe seleccionar, atraer, retener y desarrollar este talento con el fin de que contribuya a alcanzar sus objetivos.

La obra continúa manteniendo la estructura sistémica de los autores principales, Werther y Davis, pero se ha actualizado para incorporar las nuevas tendencias en la administración del CH, como: desarrollo de talento, el CH frente a la cuarta revolución industrial, la tecnología que conduce a la especialización del CH, la globalización e internalización del talento y la adquisición de nuevas habilidades de cara al siglo XXI.

Contenido:

1. Elementos esenciales del capital humano 2. Desafíos del entorno 3. Planeación del CH 4. Análisis y diseño de puestos 5. Reclutamiento 6. Identificación del talento 7. Inducción, ubicación y separación 8. Capacitación y desarrollo 9. Planeación de la carrera profesional 10. Evaluación del desempeño 11. Administración de sueldos y salarios 12. Sistemas de compensación 13. Seguridad e higiene 14. Desafíos de la cultura organizacional 15. Relaciones de la empresa con el sindicato 16. Evaluación y perspectivas a futuro. 17 Gestión internacional del CH.

ISBN Impreso: 9781456266981

ISBN Ebook: 9781456270100

ISBN Connect: 9781456270094

Recurso digital: Connect

Páginas: 408



GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Autor: Chiavenato, Idalberto

Edición: Quinta

Año: 2019



Sinopsis:

El objetivo de la obra es detallar el nuevo perfil de la gestión del talento humano. Hace énfasis en el talento humano como responsable del éxito de las organizaciones a través del capital intelectual que aportan.

Describe cómo es este aporte en la era del conocimiento y digital, y en la revolución 4.0, inmersas en un contexto de globalización y de intenso desarrollo tecnológico.

Insiste en que no habría organizaciones sin personas, y en el papel del gerente o administrador para conducir este talento a la consecución de los objetivos de la organización.

Repasa la evolución del concepto de relaciones industriales de la década de 1950, a la administración de recursos humanos del decenio de 1990, que dio lugar a gestión de personas a inicios del siglo XXI y que en la era digital se ha transformado en gestión del talento humano con una visión estratégica y holística.

Contenido:

P1. Los nuevos desafíos de la gestión del talento humano (GTH) 1. Introducción a la moderna GTH 2. La GTH en un ambiente dinámico y competitivo 3. Planeación estratégica de la GTH P2. Agregar talentos y competencias 4. Reclutamiento de talentos 5. Selección de talentos P3. Comprometer a talentos y equipos 6. Comprometer a talentos y equipos 7. Salud y calidad de vida en el trabajo P4. Aplicación de talentos y competencias 8. Diseño de puestos 9. Gestión del desempeño P5. Recompensar a talentos y equipos 10. Remuneración 11. Programas de incentivos 12. Beneficios de servicios sociales P6. Desarrollo de talentos y equipos 13. Capacitación 14. Desarrollo de talentos y equipos P7. Monitoreo de talentos y equipos 15. Banco de datos y sistemas de información P8. El futuro de la gestión del talento humano 16. Evaluación del talento humano.

ISBN Impreso: 9781456269845

ISBN Ebook: 9781456269852

ISBN Connect: 9781456266813

Recurso digital: Connect

Páginas: 520

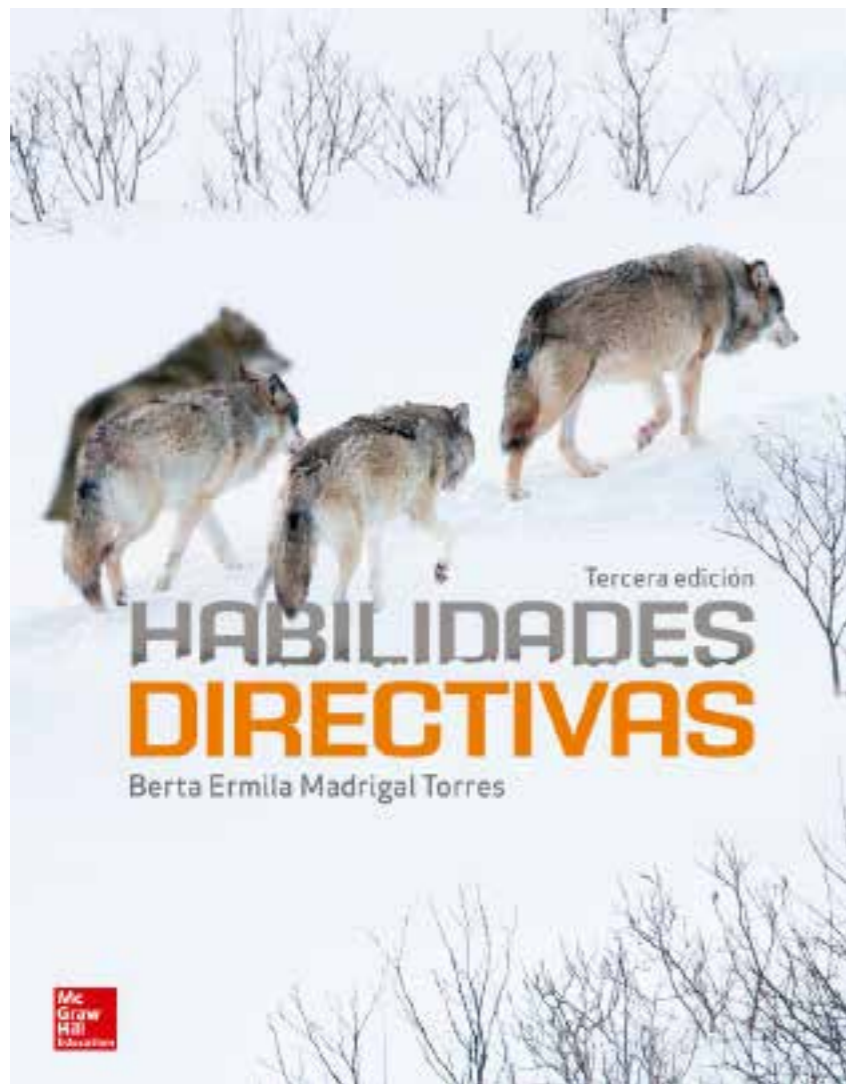


HABILIDADES DIRECTIVAS

Autora: Madrigal, Berta

Edición: Tercera

Año: 2017



Sinopsis:

Dirigido a maestros y personas que toman cursos de Liderazgo o de Habilidades directivas en carreras de administración, gestión empresarial, relaciones internacionales, ingeniería industrial y en maestrías en negocios. En esta edición se analizan las habilidades que debe tener un gerente para responder a las necesidades de liderazgo que demandan las organizaciones actuales. Se orienta al lector sobre cómo desarrollar las habilidades de autoconocimiento, administración del tiempo, manejo del estrés, solución de problemas, profesional, y de coaching y liderazgo, de manera que le permitan un desempeño eficiente en su ámbito personal y profesional. En esta obra se plantean al lector actividades y cuestionamientos sobre su propio actuar, de manera que sea crítico y pueda llegar a conclusiones propias.

Contenido:

1.Habilidades directivas y su clasificación 2. La alta dirección y sus habilidades 3. Liderazgo y sus habilidades 4. Evolución del liderazgo 5. Inteligencia emocional, habilidad imprescindible para dirigir 6. Administración del tiempo 7. Habilidad creativa 8. Innovación como habilidad en la dirección 9. Motivación: habilidad elemental del directivo 10. Habilidades del pensamiento 11. Habilidad estratégica 12. Habilidad para delegar y facultar 13. La dirección multicultural

ISBN Impreso: 9781456257484

ISBN Ebook: 9781456258535

Páginas: 240

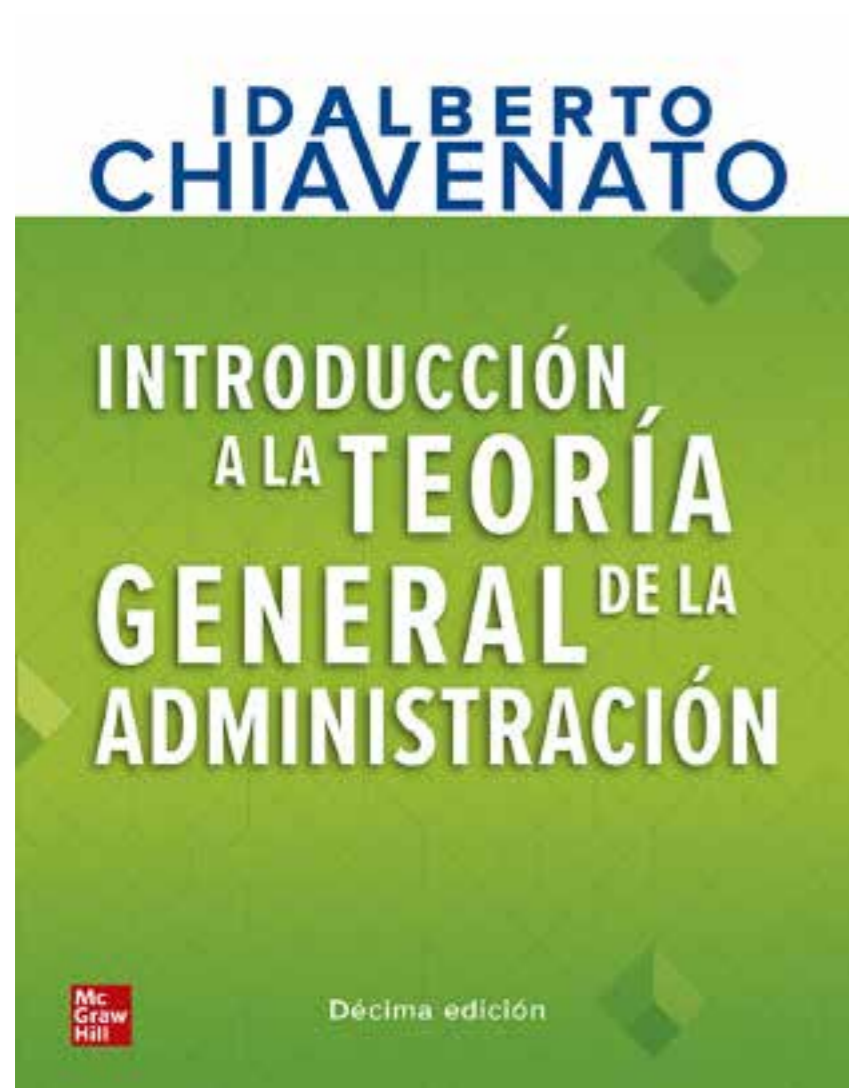


INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN

Autor: Chiavenato, Idalberto

Edición: Decima

Año: 2019



Sinopsis:

La teoría general de la administración es una disciplina que se ocupa del estudio de la administración en general y de las actividades de organizaciones en particular: planeación, organización, dirección y control. Es una obra que introduce al lector en las teorías en que se funda la administración: clásico, humanista, estructuralista, conductual, sistémico, de contingencias, nuevos enfoques.

El autor es brasileiro de amplio reconocimiento en América Latina. Tiene un enfoque humanista porque siempre enfatiza la importancia del talento humano para alcanzar los objetivos de la organización

Contenido:

1. Administración y sus perspectivas. P1. Introducción a la teoría general de la administración. 2. Administración científica. P2. Enfoque clásico de la administración 3. Teoría clásica de la administración. P3. Enfoque humanista de la administración 4. Teoría de las relaciones humanas. P4. Enfoque neoclásico de la administración 5. Teoría neoclásica de la administración. P5. Enfoque estructuralista de la administración 6. Modelo burocrático y teoría estructuralista de la administración. P6. Enfoque conductual de la administración 7. Teoría conductual de la administración. P7. Enfoque sistémico de la administración 8. Teoría de sistemas. P8. Enfoque de contingencia de la administración Teoría de las contingencias de la administración 9. Teoría matemática y tecnología en la administración. P9. Nuevos enfoques de la administración 10. Hacia dónde va la administración.

ISBN Impreso: 9781456269821

ISBN Ebook: 9781456269838

ISBN Connect: 9781456266820

Recurso digital: Connect

Páginas: 400



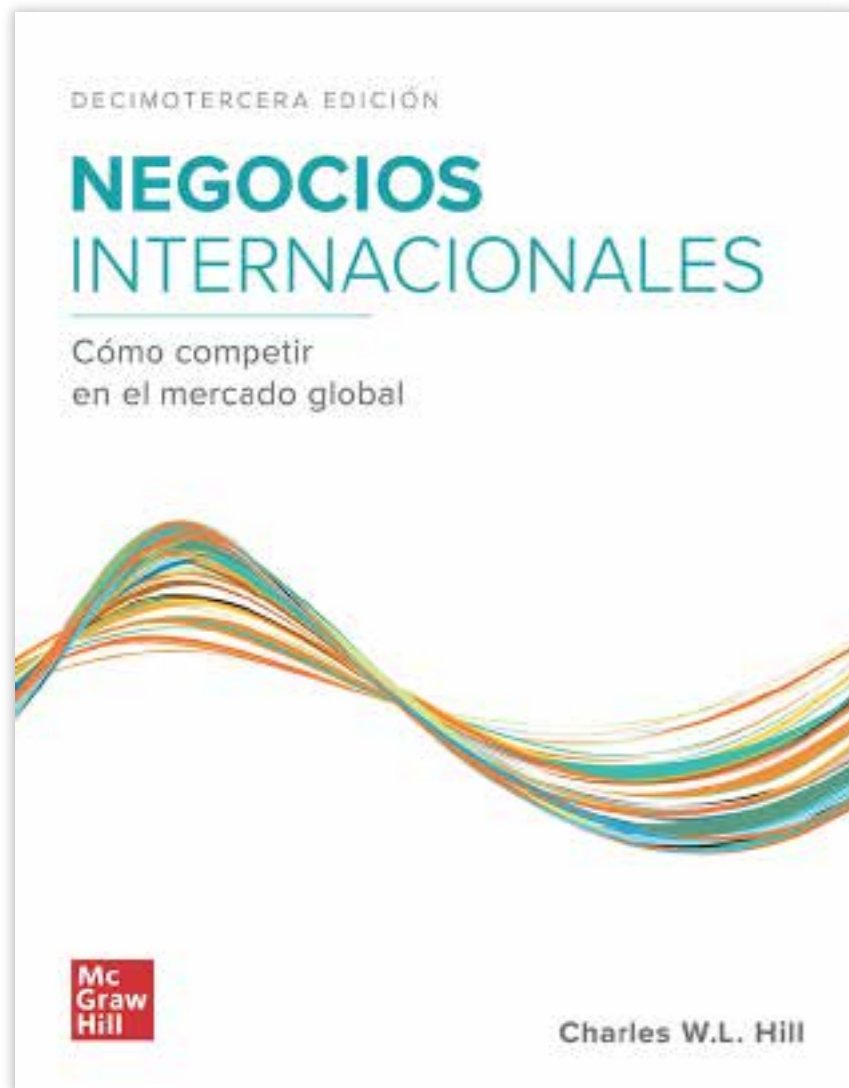
NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Cómo competir en el mercado global

Autor: Charles W.L. Hill

Edición: Decimotercera

Año: 2021



Sinopsis:

Negocios internacionales es una versión amplia y orientada a casos adecuada para un curso fundamental de negocios internacionales, y para aquellos cursos que requieren un enfoque más profundo del sistema monetario global, la estructura de las compañías internacionales y la contabilidad y las finanzas internacionales.

En esta nueva edición se presenta una cobertura más amplia e integrada de los casos, y un tratamiento más profundo a los temas de mercado de capitales globales, organización de las compañías internacionales, y contabilidad y finanzas internacionales, los cuales tienen capítulos específicos asignados en el libro.

Contenido:

Parte uno: Introducción y panorama general. Capítulo 1. Globalización. Parte dos: Diferencias nacionales. Capítulo 2. Diferencias nacionales en los sistemas políticos, económicos y legales. Capítulo 3. Diferencias nacionales en el desarrollo económico. Capítulo 4. Diferencias en la cultura. Capítulo 5. Ética, responsabilidad social corporativa y sustentabilidad. Parte tres: El comercio global y el entorno de inversión. Capítulo 6. Teoría del comercio internacional. Capítulo 7. Política gubernamental y comercio internacional. Capítulo 8. Inversión extranjera directa. Capítulo 9. Integración económica regional. Parte cuatro: El sistema monetario global. Capítulo 10. El mercado de divisas. Capítulo 11. El sistema monetario internacional. Capítulo 12. El mercado de capitales globales. Parte cinco: La estrategia y estructura de las compañías internacionales. Capítulo 13. La estrategia de las compañías internacionales. Capítulo 14. La organización de las compañías internacionales. Capítulo 15. Entrada a mercados desarrollados y emergentes. Parte seis: Funciones de las compañías internacionales. Capítulo 16. Exportación, importación y comercio compensatorio. Capítulo 17. Producción global y administración de la cadena de suministro. Capítulo 18. Marketing global y análisis empresarial. Capítulo 19. Administración de recursos humanos globales. Capítulo 20. Contabilidad y finanzas en las compañías internacionales. Parte siete: Casos integradores: • Globalización de BMW, Rolls-Royce y el MINI • El declive de Zimbabwe • Desarrollo económico de Bangladesh • Swatch Group y su singularidad cultural • Estrategia de responsabilidad corporativa de Woolworths • El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica • (TPP) ha muerto: ¡Larga vida al CPTPP! • Boeing y Airbus en conflicto a causa de los subsidios • ilegales • IED en el sector minorista indio • Libre comercio en África • El peso mexicano, el yen japonés y Pokémon Go • Egipto y el FMI • Alibaba establece récord de OPI • Sony Corporation: ¿Sigue siendo un líder global? • Arquitectura organizacional en P&G • Cutco Corporation: Afina su entrada al mercado • Tata Motors y la exportación • Alibaba y las cadenas de suministro global • Best Buy cambia de rumbo otra vez • Sodexo: Conformación de una fuerza laboral global y diversa • Tesla, Inc.: Subsidio a los automóviles Tesla a nivel global.

ISBN Impreso: 9781456284800

ISBN Ebook: 9781456284817

ISBN Connect: 9781456286842

Recurso digital: Connect® y SmartBook 2.0

Páginas: 720



EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO

Autor: Alcaraz Rodríguez, Rafael

Edición: Sexta

Año: 2020



Sinopsis:

Este libro introduce al alumno de manera sistemática en el proceso de planeación, evaluación e implantación del proyecto de negocio hasta convertirlo en una empresa real.

Se trata de una obra esencialmente práctica que le permite al estudiante concretar ideas y plasmarlas de una manera formal y estructurada, por lo que es una herramienta de la actividad del emprendedor.

En esta obra se han incluido varios ejemplos de proyectos, algunos contenidos a lo largo de cada capítulo a partir de "Naturaleza del proyecto", y dos más (uno de negocios y otro social), a manera de ejemplo integrador, al final del libro que enlaza el contenido para la presentación del plan de negocios. Se incluyen ejemplos de empresas manufactureras y de servicios.

La obra cuenta con los elementos para realizar paso a paso la implantación de su plan de negocios y con plantillas en el sitio web del libro que ayudan a integrarlo y documentarlo XI y que en la era digital se ha transformado en gestión del talento humano con una visión estratégica y holística.

Contenido:

1. Espíritu emprendedor, 2. Emprendedores, 3. Creatividad, 4. Trabajo en equipo, 5. Propuesta de valor, 6. Modelo de negocio, 7. Naturaleza del proyecto, 8. El mercado, 9. Producción, 10. Organización, 11. Finanzas, 12. Plan de trabajo, 13. Resumen ejecutivo, 14. Anexos del plan de negocios, 15. Presentación de planes de negocio. Glosario e Índice analítico.

ISBN Impreso: 9786071514585

ISBN Ebook: 9781456278434

ISBN Connect: 9781456255008

Recurso digital: Connect

Páginas: 368



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Autores: Chiavenato, Idalberto, Sapiro, Arão

Edición: Tercera

Año: 2017



Sinopsis:

La planeación estratégica es la disciplina en que se buscan y especifican las ventajas competitivas de la organización en relación con su competencia, con el fin de emplearlas para alcanzar sus objetivos financieros, de acuerdo con su misión y visión.

La planeación estratégica es un proceso esencial en la organización que se encarga de trazar los objetivos por alcanzar y las directrices para definir los planes de acción para lograrlos y que generen ventajas competitivas y sostenibilidad a largo plazo. Identifica los recursos potenciales, crea y alinea las capacidades, reconoce las fortalezas y debilidades y establece el conjunto de medidas que se aplicarán para asegurar los resultados planeados.

El libro presenta las etapas del proceso de planeación, desde la intención hasta el resultado final, y sirve como manual para elaborar el plan estratégico de organizaciones con fines o sin fines de lucro, públicas o privadas, pequeñas, medianas o grandes y negocios familiares o de emprendedores.

Contenido:

1. Evolución del pensamiento estratégico 2. Proceso de la planeación estratégica 3. Intención estratégica 4. Diagnóstico estratégico externo 5. Construcción de escenarios 6. Diagnóstico estratégico interno 7. Política de negocios 8. Modelos dinámicos de competencia y cooperación 9. Definición de objetivos y formulación de estrategias 10. Alineación organizacional y liderazgo estratégico 11. Organizaciones de aprendizaje 12. Ejecución de la estrategia 13. Espíritu emprendedor 14. Evaluación de la estrategia 15. Gobierno corporativo, responsabilidad social y desarrollo sostenible.

ISBN Impreso: 9781456263140

ISBN Ebook: 9781456263348

Páginas: 372

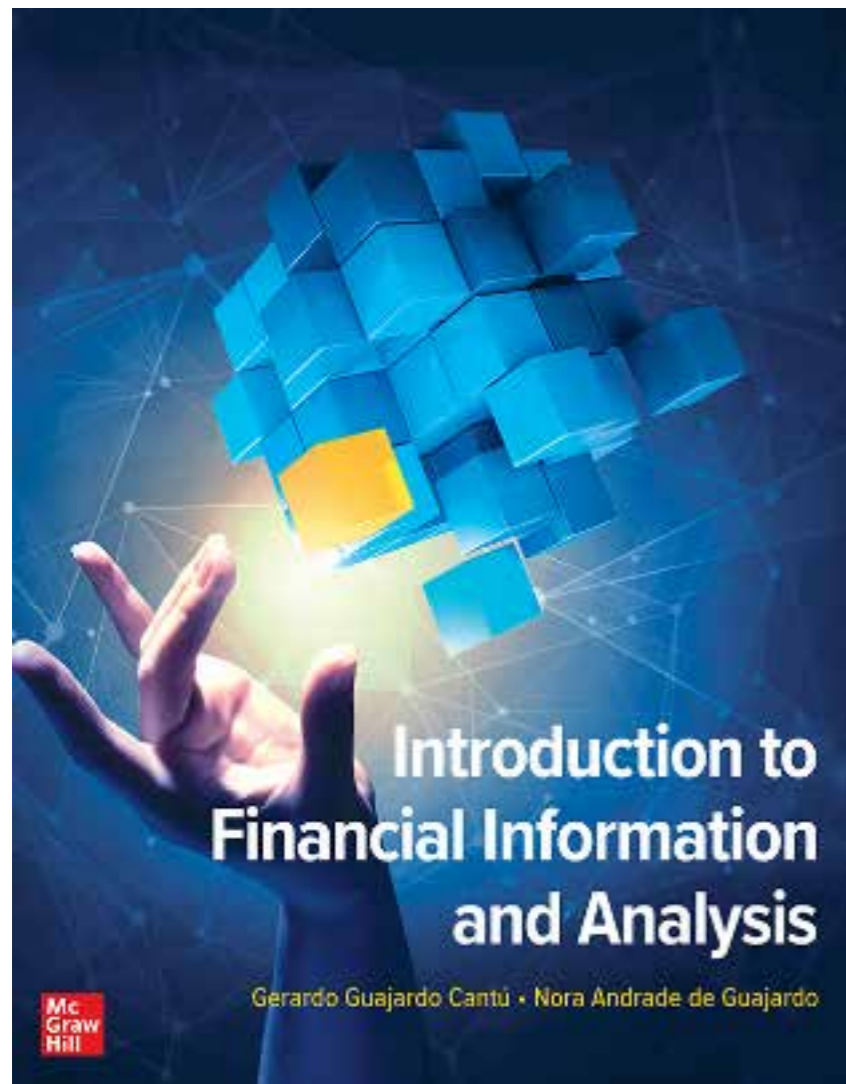


INTRODUCTION TO FINANCIAL INFORMATION AND ANALYSIS

Autores: Gerardo Guajardo Cantú y Nora Andrade de Guajardo

Edición: Primera

Año: 2021



Sinopsis:

La presente edición incorpora de manera relevante y creativa los aspectos básicos de la información financiera y su análisis.

La obra enfatiza el uso estratégico de la información financiera para apoyar la toma de decisiones en las organizaciones económicas.

En ella, se incorporan de forma innovadora las Normas Internacionales de Información Financiera y su aplicación en Latinoamérica, además, se emplean ejemplos ilustrativos de información financiera de empresas globales con fuerte presencia en Latinoamérica.

Esta obra cumple con la materia en el Modelo Tec 21, en su modalidad bilingüe.

Contenido:

1. Financial Information and the Business World. 2. Conceptual Framework for Financial Information. 3. Accounting Records. 4. Financial Statements and Closing Process. 5. Statement of Cash Flows.

ISBN Ebook: 786071515476

ISBN Connect: 9781456286910

Recurso digital: Connect y OLC

Páginas: 216



DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y EMPRESAS

Creatividad, Innovación y Marketing

Autor: Alejandro Schnarch

Edición: Séptima

Año: 2021



Sinopsis:

Esta séptima versión tiene la finalidad de incorporar modificaciones, experiencias, sugerencias, conceptos y nuevas ideas que puedan mejorar la presentación y desarrollo del tema, acorde con la evolución y avances de la disciplina y los cambios que se han producido en el entorno.

Crear empresas o introducir productos inéditos al mercado en este escenario reciente continua representando un alto riesgo, que se agudiza por la globalización, la competencia y la incertidumbre económica, tanto en el ámbito técnico como en el financiero y en el mercado. Es notoria la alta tasa de fracasos en los nuevos productos y servicios, así como en los emprendimientos que no pasan de ser el intento frustrado de un negocio bien intencionado.

Contenido:

I. Marco de referencia II. El porqué de los nuevos productos o empresas III. El management de los nuevos productos IV. Creatividad: concepto, problemas y desarrollo V. Cómo buscar y encontrar ideas VI. Selección, evaluación y validación de conceptos VII. El proceso de desarrollo VIII. Conocimiento del mercado: clave del éxito IX. Marketing estratégico para nuevos productos: producto y precio X. Estrategias de distribución y comunicaciones XI. Introducción, lanzamiento y fidelización

ISBN Impreso: 9786071515414

ISBN Ebook: 9786071515551

Páginas: 352

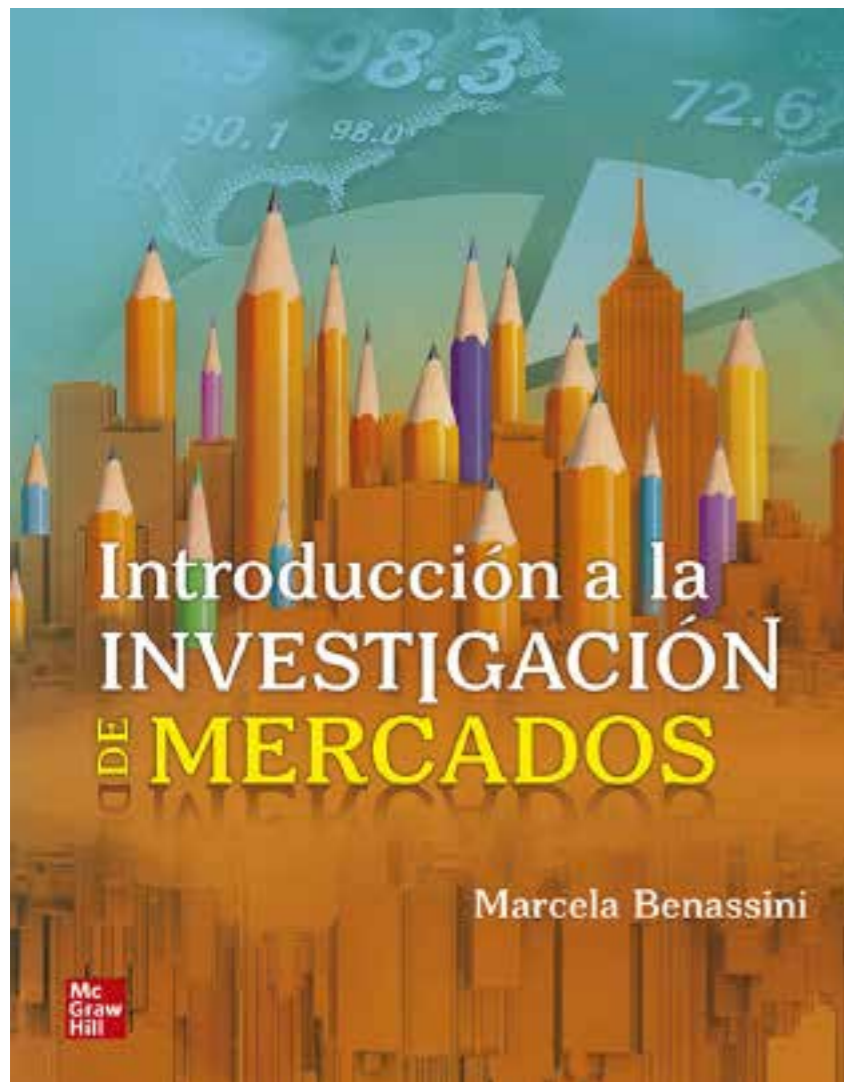


INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Autora: Benasinni, Marcela

Edición: Primera

Año: 2020



Sinopsis:

Esta obra ha sido desarrollada para que los estudiantes asimilen y apliquen una metodología precisa en la búsqueda de información secundaria externa y, desde luego, en la comprensión de los principios básicos de la estadística. El lector de este libro se sentirá motivado y con las habilidades para poder desarrollar una investigación de mercado real, apoyado en la información contenida en todos los capítulos y que podrá ser complementada con la valiosa asesoría de un profesor que guíe su aprendizaje.

Sin duda esta obra resulta indispensable en estos tiempos de impresionantes avances en la tecnología, especialmente en materia de recopilación y procesamiento de datos, ya que ofrece información precisa y práctica.

El contenido está actualizado con los temas vigentes y que están siendo incorporados en los nuevos planes de estudios universitarios. Además de que está referenciado con estrategias de investigación considerando el uso de internet.

Contenido:

1. Investigación de mercados, 2. Formulación del problema 3. El diseño de la investigación: Investigación exploratoria 4. Investigación cualitativa 5. Investigación concluyente 6. Cómo diseñar un cuestionario 7. Investigación de motivaciones 8. Muestreo 9. El trabajo de campo, la revisión, verificación y captura de los datos 10. Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y pruebas de hipótesis 11. La redacción del reporte. Apéndices.

ISBN Impreso: 9786071514554

ISBN Ebook: 9781456277437

ISBN Connect: 9781456255015

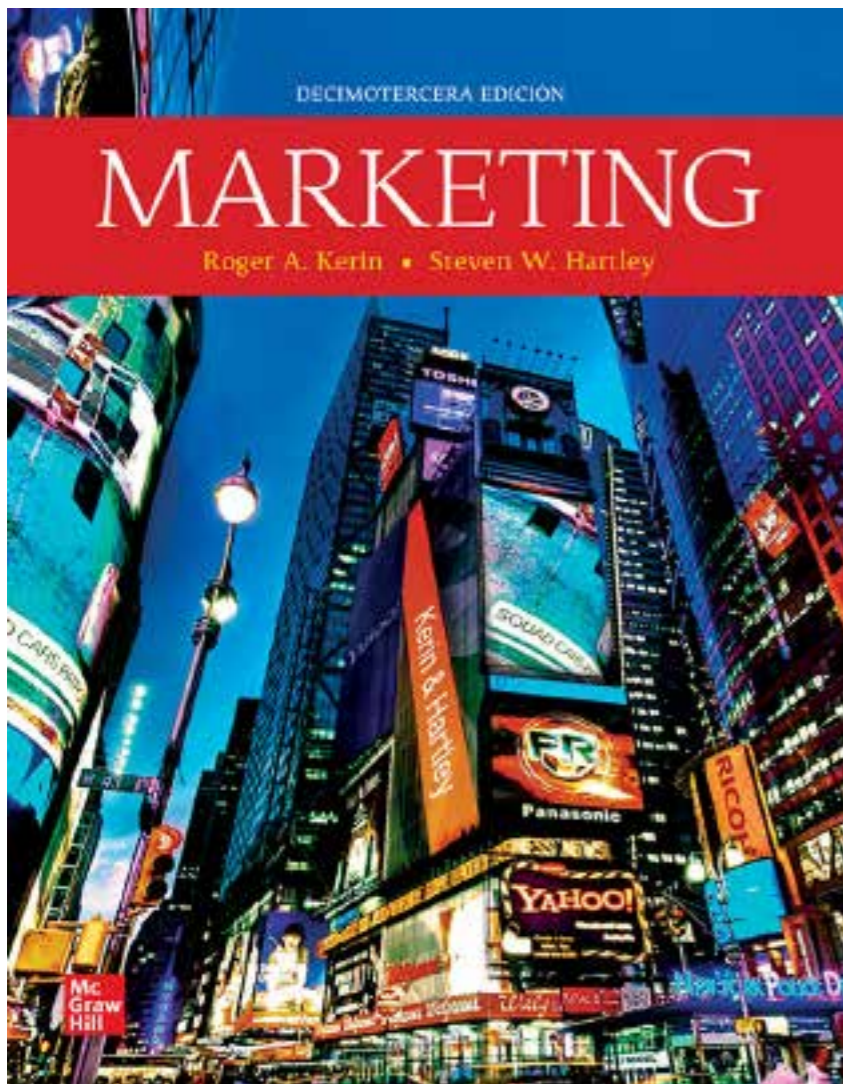
Recurso digital: Connect

Páginas: 312



MARKETING

Autor: Kerin, Roger
Edición: Decimotercera
Año: 2018



Sinopsis:

Esta obra recurre a un enfoque pedagógico único, innovador y eficaz desarrollado por los autores a través de la integración de sus experiencias en las aulas universitarias. Los contenidos se adaptan a los cambios en los estilos de aprendizaje de los estudiantes, al crecimiento de la disciplina de marketing y al desarrollo de nuevas tecnologías.

Por ello, se desarrollan temas como social media y el marketing en los dispositivos móviles para conectarse con los consumidores. Esta edición presenta un marco riguroso, actividades y estilo de escritura que atrapa a los estudiantes, descripciones, casos y testimonios vívidos y cercanos con los que se identifican, toma de decisiones de marketing, integración de la tecnología y la cobertura tradicional y contemporánea de los temas

Contenido:

1. Creación de valor y desarrollo de relaciones con los clientes a través del marketing
2. Creación de estrategias de marketing y organizacionales exitosas
3. Escanear el entorno del marketing
4. Ética y responsabilidad social en el marketing
5. Comprensión del comportamiento de los consumidores
6. Comprensión de las organizaciones como consumidores
7. Comprensión y contacto con los mercados y consumidores globales
8. Investigación de mercados: de las ideas de los consumidores a las acciones
9. Segmentación, posicionamiento y selección de mercados meta
10. Desarrollo de nuevos productos y servicios
11. Administración exitosa de productos, servicios y marcas
12. Administración de servicios
13. Creación de la base de precios
14. Determinación del precio final
15. Administración de los canales de marketing y cadenas de suministro
16. Ventas al detalle y ventas al mayoreo
17. Comunicaciones de marketing integrado y marketing directo
18. Publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas
19. Uso de las redes sociales para relacionarse con los consumidores
20. Ventas personales y administración de ventas
21. Implementación del marketing interactivo y multicanal
22. Integración de todos los esfuerzos: el proceso estratégico de marketing

ISBN Impreso: 9781456260972

ISBN Ebook: 9781456261962

ISBN Connect: 9781456274726

Recurso digital: Connect

Páginas: 712

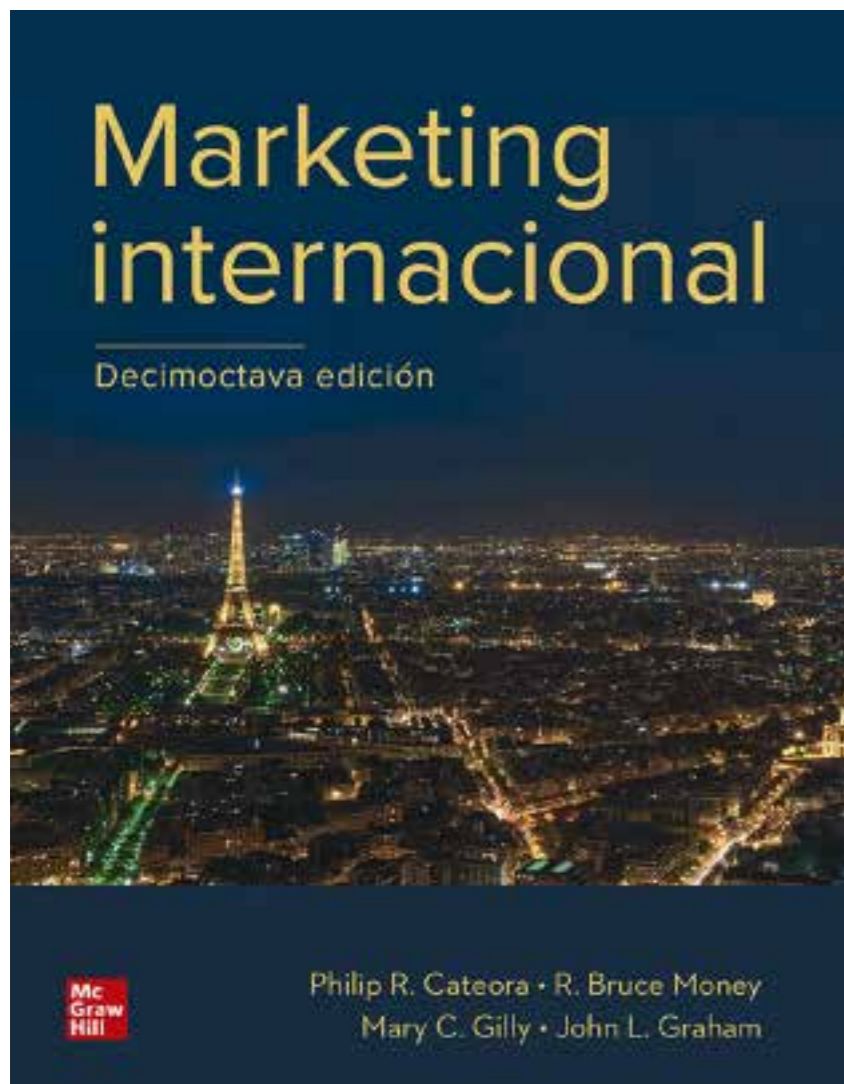


MARKETING INTERNACIONAL

Autores: Cateora, Philip , R. Bruce Money, Mary Gilly y John Graham

Edición: Decimoctava

Año: 2020



Sinopsis:

El texto está diseñado para estimular la curiosidad sobre las prácticas de gestión de las empresas, grandes y pequeñas, buscando oportunidades de mercado fuera del país de origen y elevar la conciencia del lector sobre la importancia de ver las estrategias de gestión de marketing internacional desde una perspectiva global. Aunque esta edición, revisada, está infundida con una orientación global, el marketing de exportación y las operaciones de pequeñas empresas, también se incluyen además de examinar las prácticas de las empresas más pequeñas. Estructura de texto, Secciones de casos con ejemplos internacionales. El texto del libro proporciona una cobertura completa de su tema, con énfasis en el tema de la planificación y problemas estratégicos que enfrentan las empresas con mercados a través de las fronteras culturales. Cada capítulo se presenta bajo una perspectiva global, un ejemplo real de la empresa y experiencias que ilustran temas destacados discutidos en el capítulo. The Country Notebook: una guía para desarrollar un plan de marketing. La naturaleza dinámica del mercado internacional se refleja en el número de temas sustancialmente mejorados y ampliados en esta decimoctava edición.

Contenido:

1. Alcance y retos del marketing internacional. 2. El entorno dinámico del comercio internacional. 3. Historia y geografía: los fundamentos de la cultura. 4. La dinámica cultural en la evaluación de los mercados globales. 5. Cultura, estilo de administración y sistemas de negocios. 6. El entorno político: una cuestión crucial. 7. El entorno legal internacional: Respetar las reglas del juego. 8. Desarrollo de una visión global a través de la investigación de mercados 9. Desarrollo económico y América. 10. Europa, África y Medio Oriente. 11. La región de Asia-Pacífico. 12. Administración global: Planeación y organización. 13. Productos y Servicios para los consumidores. 14. Productos y servicios para los negocios. 15. Canales internacionales de marketing. 16. Comunicaciones integradas de marketing y publicidad internacional. 17. Ventas personales y administración de ventas. 18. Precios para mercados internacionales. 19. Negociaciones inventivas con clientes internacionales, socios y reguladores. Material complementario: Guía para desarrollar un plan de marketing.

ISBN Impreso: 9786071514622

ISBN Ebook: 9781456280154

ISBN Connect: 9781456255046

Recurso digital: Connect

Páginas: 720



MERCADOTECNIA

Autores: Fischer, Laura y Jorge Espejo

Edición: Quinta

Año: 2016



Sinopsis:

Este libro es ideal como material introductorio a la mercadotecnia y muy útil para los dos primeros semestres de materias como Fundamentos de mercadotecnia, Mercadotecnia y Mezcla de mercadotecnia. Con este título, el lector obtendrá los conocimientos básicos con una aplicación latinoamericana, lo que le permitirá tener una acertada toma de decisiones en el área comercial.

Esta edición está enfocada en las redes sociales y en la mercadotecnia digital como una práctica común en el entorno de los negocios actuales. Este libro, que da al lector las bases para que sea un destacado estudiante o ejecutivo, contiene material nuevo, como por ejemplo, el que hace referencia a la mercadotecnia en las micro, pequeñas y medianas empresas y en mercados específicos.

Además de esto, se presentan temas indispensables para comprender los fundamentos de la mercadotecnia: aspectos generales, administración, mercado y segmentación, comportamiento del consumidor, investigación de mercados y estrategias de producto, precios, distribución, promoción de ventas, publicidad y fuerza de ventas.

Contenido:

1. Aspectos generales de la mercadotecnia 2. Administración de la mercadotecnia 3. Entorno de la mercadotecnia 4. Mercado y segmentación de mercados 5. Comportamiento del consumidor 6. Investigación de mercados 7. Estrategia de producto 8. Estrategia de precios 9. Estrategia de distribución 10. Estrategia de promoción de ventas 11. Estrategia de publicidad 12. Estrategia de fuerza de ventas 13. Marketing digital 14. La mercadotecnia para micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMEs) 15. Mercadotecnia internacional 16. Mercadotecnia especializada

ISBN Impreso: 9786071513922

ISBN Ebook: 9781456258337

Páginas: 360

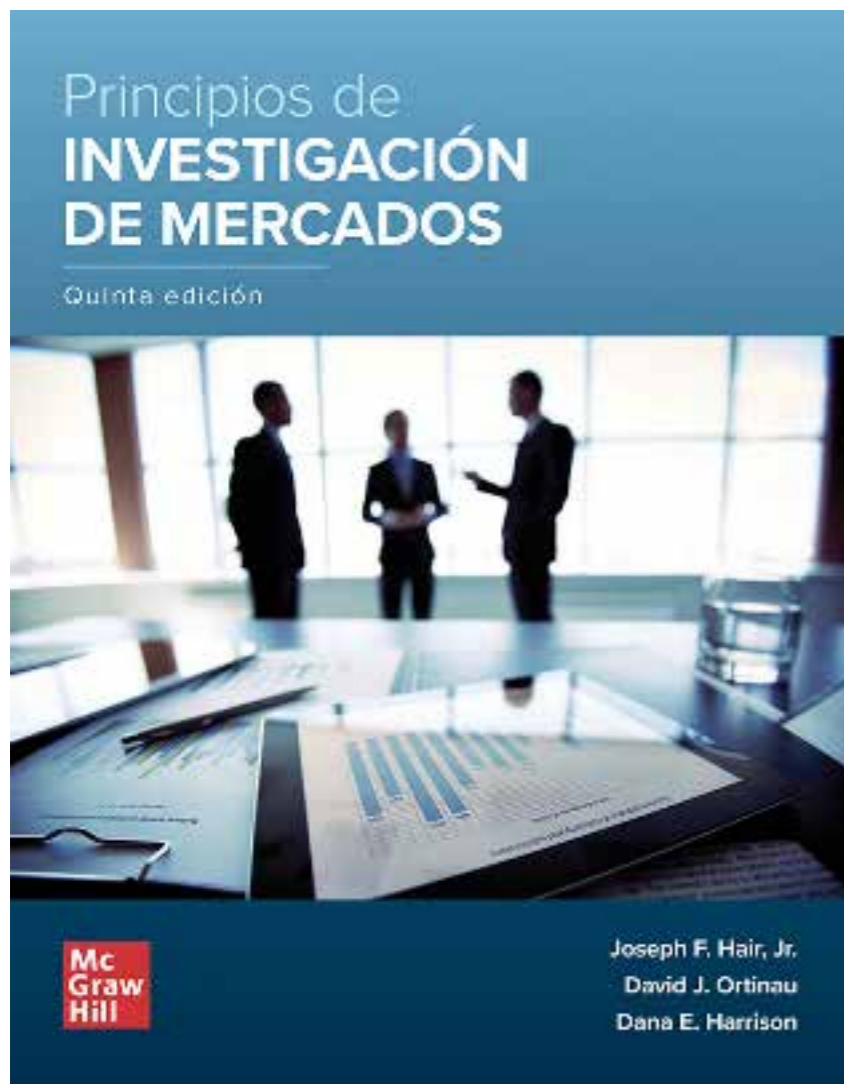


PRINCIPIOS DE INVESTIGACION DE MERCADOS

Autores: Joseph F. Hair, Jr.; David J. Ortinau; Dana E. Harrison

Edición: Quinta

Año: 2021



Sinopsis:

El objetivo de la obra es detallar el nuevo perfil de la gestión del talento humano. Hace énfasis en el talento humano Principios de Investigación de mercados ofrece los conocimientos básicos necesarios de un texto introductorio, fascinante y actualizado.

Esta nueva edición tiene un enfoque orientado a la aplicación de los temas para equipar a los estudiantes con las habilidades necesarias para resolver problemas comerciales y maximizar las oportunidades. Los años de experiencia práctica en investigación de mercado de los autores se evidencian a través de su tratamiento de la investigación cualitativa, la cobertura de las reglas generales del tamaño de la muestra, revisiones de la literatura de antecedentes y nuevas herramientas que apoyan la investigación de mercado. Incluye casos continuos y conjuntos de datos.

Contenido:

Parte 1. Función y valor de la información de investigación de mercados. 1. Investigación de mercados para la toma de decisiones gerenciales. 2. Proceso y propuestas de investigación de mercados. Parte 2. Diseño del proyecto de investigación de mercados. 3. Datos secundarios, revisiones de la literatura e hipótesis. 4. Diseños de investigación por observación y exploratoria y métodos de recolección de datos. 5. Diseños de investigación descriptiva y causal. Parte 3. Recolección de datos precisos. 6. Muestreo: Teoría y métodos. 7. Medición y escalamiento. 8. Diseño de cuestionarios. Parte 4. Preparación y análisis de los datos, e informe de los resultados. 9. Análisis de datos cualitativos. 10. Preparación de los datos para el análisis cuantitativo. 11. Análisis de datos básico para la investigación cuantitativa. 12. Examen de relaciones en la investigación cuantitativa. 13. Comunicación de los hallazgos de la investigación de mercados.

ISBN Impreso: 9781456284794

ISBN Ebook: 9781456284787

ISBN Connect: 9781456286859

Recurso digital: Connect

Páginas: 448

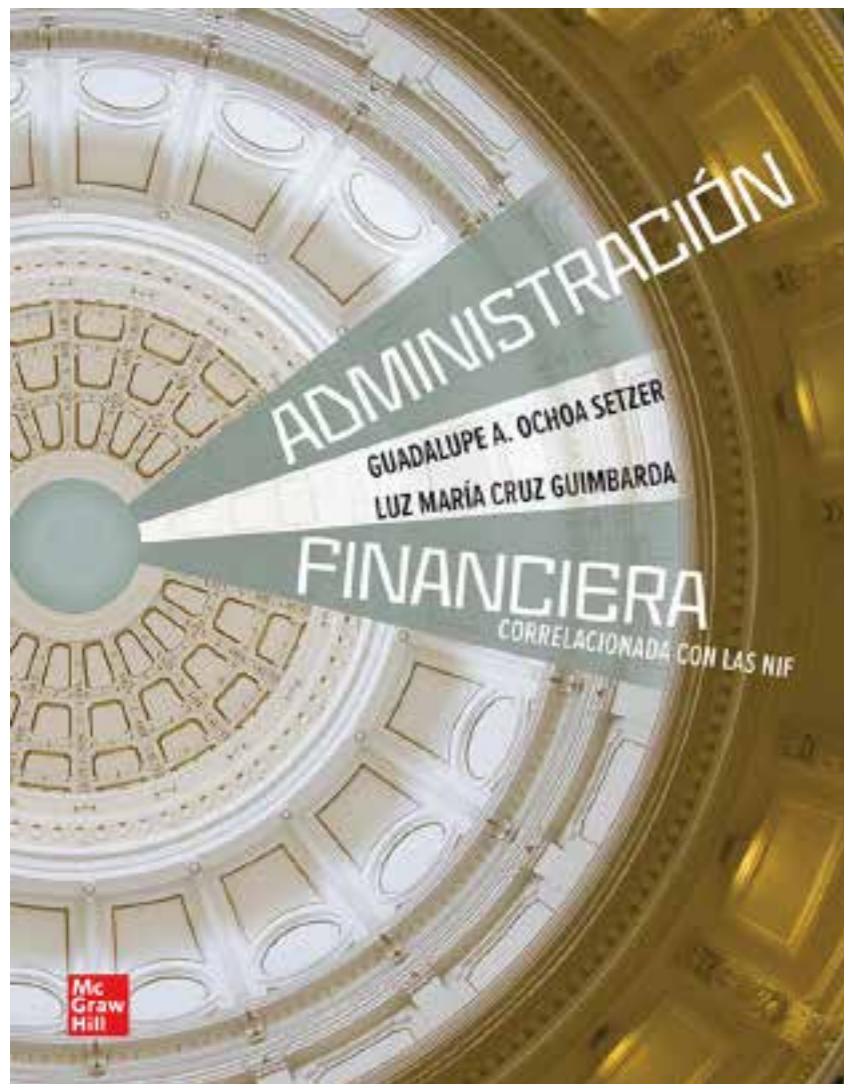


ADMINISTRACIÓN FINANCIERA CORRELACIONADA CON LAS NIF

Autores: Guadalupe Ochoa Setzer (con la colab. de Luz María Cruz Grimbarda)

Edición: Primera

Año: 2020



Sinopsis:

En Administración financiera se ofrece de una manera clara y sencilla los conceptos básicos que un analista o usuario de la información financiera debe conocer, como: el valor del dinero en el tiempo, análisis e información financiera a través de los varios estados financieros, el análisis del ROI, análisis de la estructura del capital, los efectos de la inflación; así como la evaluación de proyectos, entre otros.

Ante un mundo globalizado, donde los ambientes de los negocios cambian día con día, las personas que mueven a las organizaciones requieren de información y teorías acordes con la realidad.

Contenido:

1. Campo de acción de las finanzas 2. Valor del dinero en el tiempo 3. Origen y justificación del análisis financiero 4. La información financiera: respuesta a una necesidad. 5. Estado de situación financiera o balance general 6. Estado de resultados 7. Estado de variaciones en el capital contable. 8. Estado de cambios en la situación financiera o estado de flujo de efectivo 9. Antecedentes de la reexpresión de estados financieros 10. Ajuste por cambios en el nivel general de precios. Fundamento contable en la NIF B-10 (efectos de la inflación). 11. Análisis de estados financieros 12. Herramientas y métodos de análisis 13. Análisis del retorno sobre la inversión y la utilización de los activos. 14. Análisis de la estructura de capital: liquidez y solvencia. 15. El analista de estados financieros 16. Estados financieros proyectados 17. Administración financiera a corto plazo 18. Evaluación de proyectos de inversión. 19. Estructura de capital. 20. Análisis e interpretación de los resultados de operación y de la situación financiera de una empresa. Caso de estudio.

ISBN Impreso: 9786071514660

ISBN Ebook: 9781456279356

Páginas: 483



CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA.

Un enfoque estratégico para la competitividad

Autor: David Noel Ramírez Padilla

Edición: Decima

Año: 2019



Sinopsis:

Esta edición se trabajó de manera colaborativa con varios especialistas de la profesión contable para ofrecer una actualización relevante, de tal manera que los estudiantes aprendan herramientas y técnicas innovadoras que les permitan adquirir las competencias, tanto profesionales como personales, que les aseguren un desempeño exitoso en el mundo de las organizaciones.

Se han enriquecido los diferentes capítulos, tanto en contenido como en la presentación de la información, de forma que se facilite el aprendizaje de los estudiantes. Se conservó la organización del contenido en cinco secciones porque ello facilita a los docentes y estudiantes el aprendizaje de las áreas que incluyen esta disciplina. Entre otras cosas, se incorporó el tema de la toma de decisiones basada en los big data y la técnica del “Análisis de variaciones bajo una perspectiva estratégica” con el fin de diseñar las estrategias de una organización.

Contenido:

1. El papel de la contabilidad administrativa en las organizaciones
2. Conceptos, clasificaciones y comportamiento de los costos
3. Sistemas de información administrativa contemporáneos
4. Filosofías administrativas contemporáneas
5. El modelo costo-volumen-utilidad
6. Sistema de costeo
7. La planeación y el presupuesto maestro
8. El papel de la información administrativa en la toma de decisiones a corto plazo
9. El papel de la información financiera en la evaluación de proyectos de inversión
10. Sistemas de control administrativo
11. La descentralización y la evaluación del desempeño
12. Empresas de servicios
13. Contabilidad estratégica
14. La responsabilidad social de la empresa

ISBN Impreso: 9781456261429

ISBN Ebook: 9781456261849

ISBN Connect: 9781456274733

Recurso digital: Connect

Páginas: 529

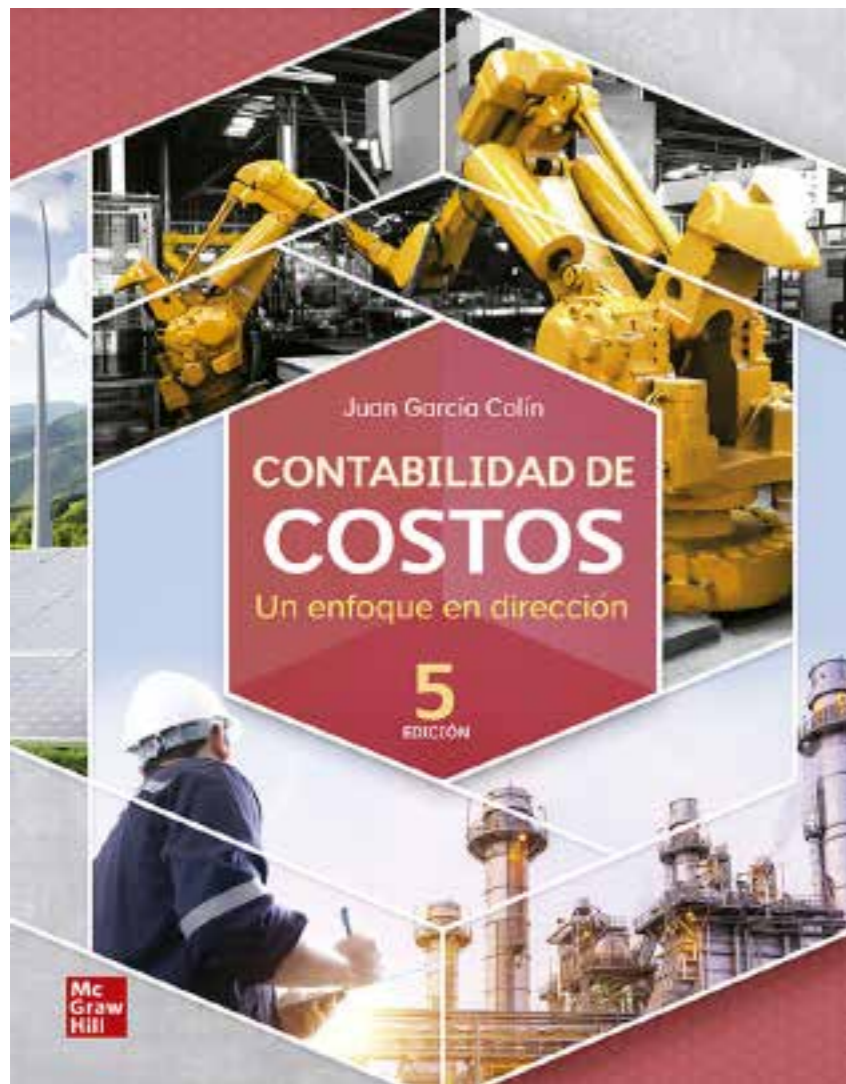


CONTABILIDAD DE COSTOS

Autor: García Colín, Juan

Edición: Quinta

Año: 2019



Sinopsis:

Esta quinta edición mantiene su estructura didáctica, explicando de manera práctica, breve y propositiva, el resultado de la práctica docente y de la experiencia profesional. Es clara la aportación que el autor hace de manera pragmática en esta obra, la cual se ha constituido en fuente de ventaja competitiva en el esquema estratégico de las empresas modernas.

El presente texto ha sido actualizado con importantes temas, presentando:

- Comentarios y sugerencias a la Norma de Información Financiera C-4, Inventarios (NIF C-4).
- Sugerencias para hacer dinámicos los sistemas de información financiera.
- Un método para el direccionamiento de los costos de la empresa hacia los centros de costo.
- Una nueva metodología para la asignación de costos conjuntos, la cual ha sido probada en la práctica.
- Un nuevo capítulo donde se presenta la metodología para diseñar un sistema de información de costos para empresas de servicio.

Contenido:

1. Introducción a la contabilidad de costos 2. Costo de producción: tratamiento contable y estado de costos de producción y ventas 3. Materia prima y mano de obra 4. Cargos indirectos 5. Sistema de información de costos 6. Sistema de información de costos por procesos con costeo absorbente y costos históricos 7. Costos de productos conjuntos 8. Costos estándar 9. Costeo directo 10. Separación de costos fijos y costos variables 11. Análisis costo-volumen-utilidad 12. Administración de inventarios 13. Empresas de servicio

ISBN Impreso: 9781456272517

ISBN Ebook: 9781456272487

ISBN Connect: 9781456266837

Recurso digital: Connect

Páginas: 336



CONTABILIDAD FINANCIERA

Autores: Guajardo, Gerardo y Nora Andrade

Edición: Séptima

Año: 2018



Sinopsis:

Esta obra incorpora de forma innovadora las Normas Internacionales de Información Financiera y su aplicación en Latinoamérica, así como los nuevos lineamientos de gobierno corporativo que deben utilizar las empresas públicas en la actualidad, las Normas de Información Financiera mexicana y ejemplos ilustrativos de información financiera de empresas globales con fuerte presencia en Latinoamérica.

Enfatiza un uso más estratégico de la información financiera para el proceso de toma de decisiones en las organizaciones económicas e incorpora actividades de reforzamiento al final de cada capítulo. Aborda temas como el ciclo contable de empresas de servicios, estados financieros y cierre, análisis de partidas específicas, cuentas y documentos por cobrar, capital contable y estado de flujos de efectivo.

Como apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje, se utilizan ejercicios y ejemplos actualizados. La página web cuenta con recursos de apoyo para el estudiante.

Contenido:

1. La información financiera y el mundo de los negocios 2. Marco conceptual de la información financiera 3. Registro contable 4. Ajustes 5. Estados financieros y cierre 6. Ciclo contable de empresas comerciales y de servicios 7. Efectivo e inversiones temporales 8. Cuentas y documentos por cobrar 9. Inventarios 10. Propiedad, planta y equipo 11. Intangibles 12. Pasivos 13. Capital contable 14. Estado de flujos de efectivo

ISBN Impreso: 9781456260958

ISBN Ebook: 9781456261726

ISBN Connect: 9781456274696

Recurso digital: Connect

Páginas: 592



CONTABILIDAD INTERMEDIA

Autores: Romero, Álvaro y David Romero

Edición: Cuarta

Año: 2020



Síntesis:

En Contabilidad intermedia, los autores buscan dar a los estudiantes un marco teórico y el fortalecimiento en la práctica de las Normas de Información Financiera de la serie C, en particular de la NIF C-1 a la NIF C-11. Además, incorpora el estudio de las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Empresas (NIIF-PYMES). Se estudian la NIF A-6, Reconocimiento y valuación en la información financiera, NIF A-7, Presentación y revelación de la información financiera, temas básicos para comprender las NIF Serie C, además de estudiar las NIF C-1 a C-11, se agrega la NIF C-19 y la NIF D-1, así como los temas de inventarios perpetuos y cuentas de orden. Incorpora las actualizaciones a las NIF de observancia obligatoria a partir del 1 de enero de 2019, así como las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF-PYMES). En particular se reformaron estos temas: capítulo 2 Reconocimiento y valuación de la información financiera NIF A-6; capítulo 5 Inversión en instrumentos financieros NIF C-2; capítulo 6 Cuentas por cobrar NIF C-3; como tema relevante, se incluye el capítulo 7 Ingresos por contratos con clientes NIF D-1; se adiciona el capítulo 12 Instrumentos financieros por pagar NIF C-19; el capítulo 13 Provisiones, contingencias y compromisos NIF C-9 y el capítulo 14 Capital social NIF C-11. Se incorporaron más figuras y gráficas. Se buscó facilitar la lectura de comprensión mediante una redacción más fluida y explicativa.

Contenido:

1. Reconocimiento y valuación en la información financiera. 2. Reconocimiento y valuación en la información financiera 3. Efectivo y equivalentes de efectivo 4. Efectivo y equivalentes de efectivo 5. Inversión en instrumentos financieros 6. Cuentas por cobrar 7. Ingresos por contratos con clientes 8. Inventarios 9. Pagos anticipados 10. Propiedades, planta y equipo 11. Activos intangibles 12. Instrumentos financieros por pagar 13. Provisiones, contingencias y compromisos 14. Capital contable 15. Cuenta de orden

ISBN Impreso: 9786071514653

ISBN Ebook: 9781456281779

Páginas: 640

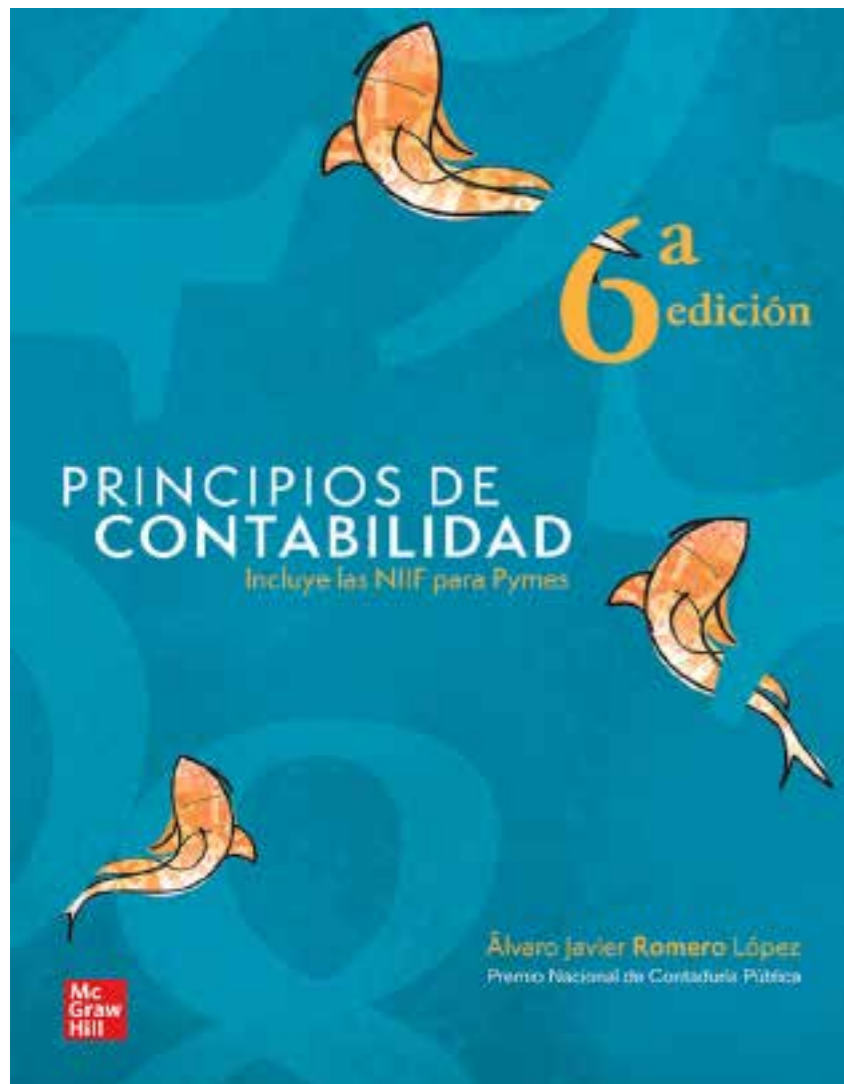


PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD

Autor: Romero, Álvaro

Edición: Sexta

Año: 2018



Sinopsis:

Esta obra hace comprensibles los conceptos básicos de la teoría contable y la práctica profesional, y brinda al alumno la información necesaria para formarse un juicio crítico que dé solución a los problemas con los que se enfrentará en su vida profesional.

Está estructurado con base en las Normas de Información Financiera y sus postulados básicos, en convergencia con las Normas Internacionales de Información Financiera. Los capítulos incluyen preguntas de autoevaluación o preguntas abiertas, de opción múltiple, de verdadero o falso, de llenar o completar líneas, de respuesta múltiple, de relacionar columnas, contagramas, ejercicios y prácticas.

Se actualizó el Sistema Contable Romero, donde podrán realizar sus ejercicios y problemas en su computadora personal, celular, laptop o tableta ingresando al centro de recursos en línea. Cuenta con más de 1,500 reactivos de autoevaluación para los estudiantes en la plataforma LearnSmart, disponibles al adquirir un código de acceso.

Contenido:

1. La contaduría pública como profesión
2. Contabilidad: antecedentes históricos
3. Contabilidad financiera
4. Estructura de las NIF y postulados básicos
5. Estructura financiera de la entidad
6. Introducción a los estados financieros
7. Estado de situación financiera, NIF B-6
8. Estado de resultado integral, NIF B-3
9. Estado de flujos de efectivo, NIF B-2
10. Estado de cambios en el capital contable, NIF B-4
11. Estudio general de la cuenta
12. Reglas del cargo y el abono
13. Estudio particular de las cuentas
14. Impuesto al valor agregado. Nociones y registro contable
15. Teoría de la partida doble
16. Procedimientos para registrar las operaciones de compra y venta de mercancías
17. Proceso contable y práctica general

ISBN Impreso: 9781456260224

ISBN Ebook: 9781456261153

Páginas: 1,028

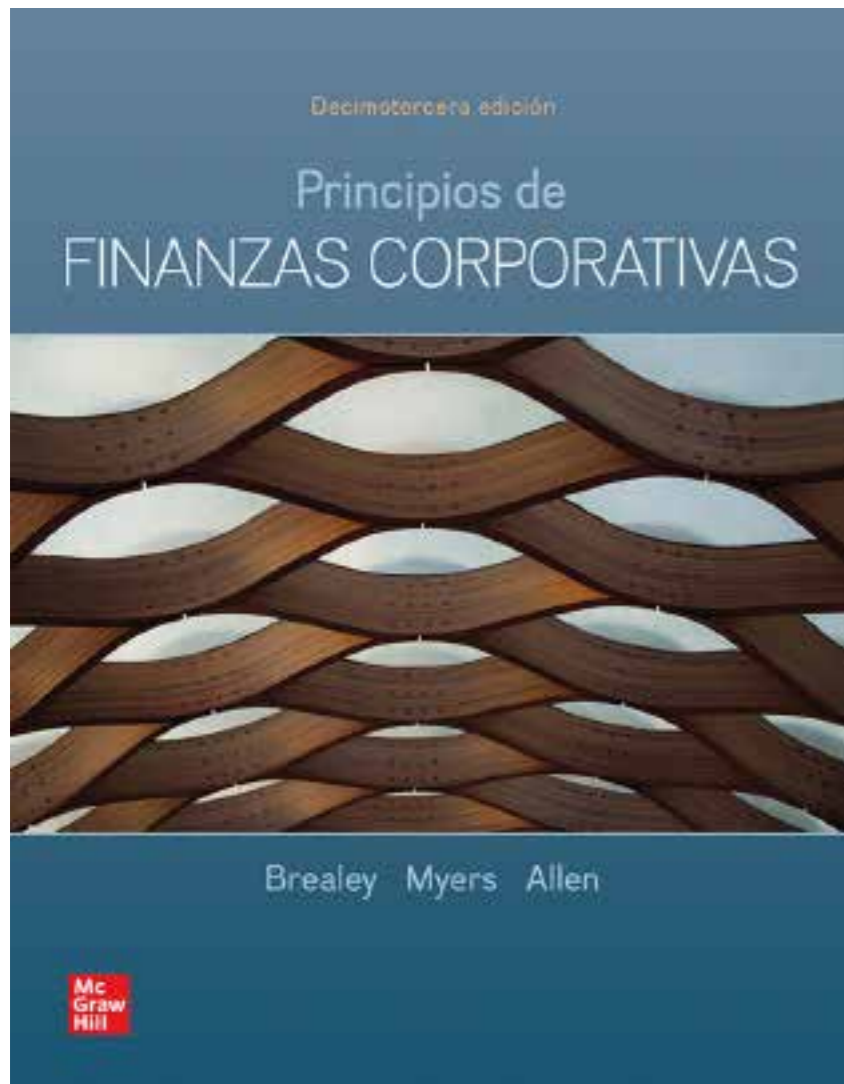


PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS

Autores: Brealey, Richard A. Brealey; Stewart C. Myers y Franklin Allen

Edición: Treceava

Año: 2020



Sinopsis:

Este libro describe la teoría y la práctica de las finanzas corporativas. Apenas necesitamos explicar por los gerentes financieros deben dominar los aspectos prácticos de su trabajo, sin embargo debemos explicar por qué los gerentes con los pies en la tierra no pueden dejar de lado la teoría. Por supuesto, la teoría presentada en este libro no es perfecta y, ninguna teoría lo es. Hay algunas famosas controversias en las que los economistas financieros no pueden ponerse de acuerdo. No hemos pasado por alto estos desacuerdos. Los autores parten de los argumentos de cada lado para ubicar en dónde estamos parados. Gran parte de este libro tiene que ver con la comprensión sobre qué hacen los gerentes financieros y por qué. Pero también se aborda qué deben hacer para aumentar el valor la compañía. Esta obra puede ser el primer acercamiento al mundo de las finanzas modernas para algunos estudiantes. Si es así, primero encontrarán nuevas ideas, para comprender cómo se traduce la teoría financiera a la práctica. Pero eventualmente el estudiante estará en condición de tomar decisiones financieras, no solo estudiarlas.

Contenido:

Introducción a las finanzas corporativas, Cómo calcular valores presentes, Valuación de bonos, Valuación de las acciones ordinarias, Valor presente neto y otros criterios de inversión, Problemas de agencia e inversión, Mercados eficientes y finanzas conductuales, Panorama general del financiamiento corporativo, Cómo emiten valores las corporaciones, Política de pago, ¿Es importante la política de endeudamiento? ¿Cuánto debería endeudarse una empresa? Financiamiento y valuación, Entendiendo las opciones, Valuación de opciones, Opciones reales, Riesgo de crédito y valor de la deuda corporativa, Los diversos tipos de deuda, Arrendamiento, Administración del riesgo, Administración de riesgos internacionales, Análisis financiero, Planeación financiera, Gestión del capital circulante, Fusiones, Reestructuración corporativa, Gobierno y control corporativo, Conclusión: lo que hacemos y no sabemos sobre las finanzas.

ISBN Impreso: 9781456277178

ISBN Ebook: 9781456278632

ISBN Connect: 9781456255039

Recurso digital: Connect

Páginas: 926

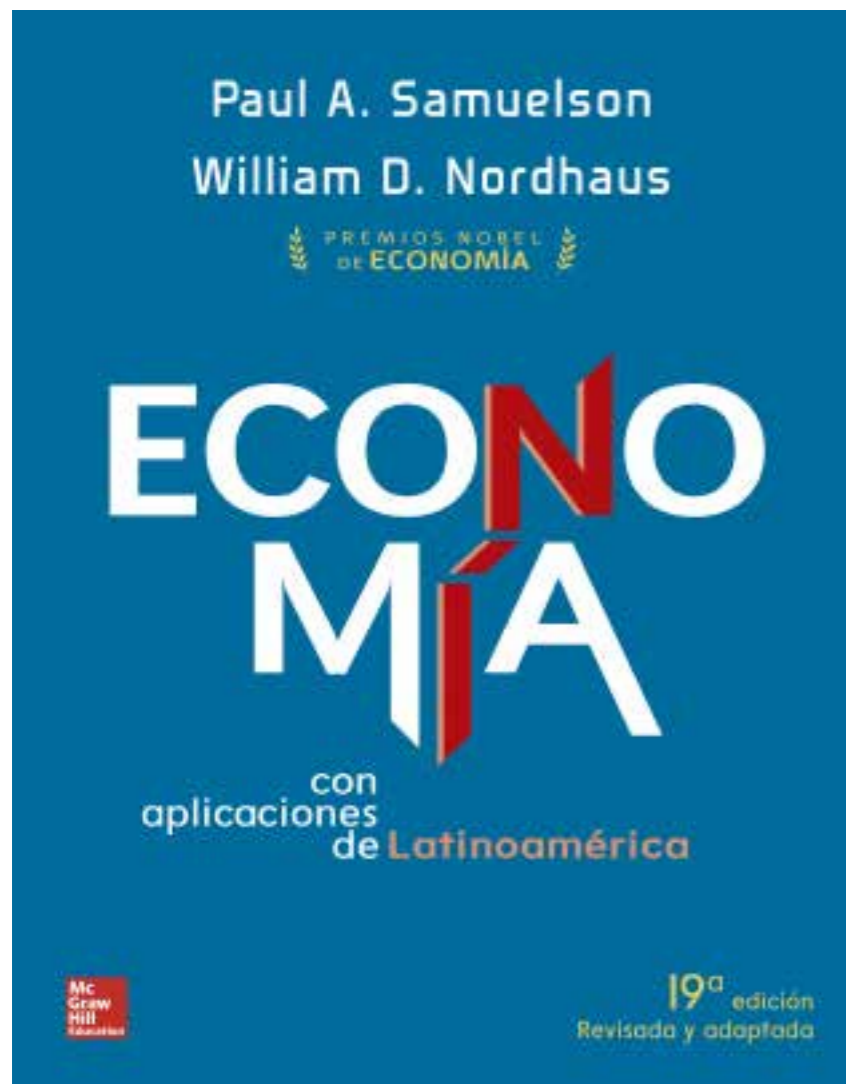


ECONOMÍA CON APLICACIONES DE LATINOAMÉRICA

Autores: Samuelson, Paul y William D. Nordhaus

Edición: Decimonovena

Año: 2019



Sinopsis:

Este texto de economía evoluciona de manera orgánica conforme el mundo avanza y gira en torno de seis principios básicos, que los autores se han planteado como básicos:

1. Describir los principales conceptos que sustentan todo el quehacer económico
2. Incorporar siempre las innovaciones del campo económico
3. Hace una selección de los temas que es necesario que el estudiante conozca
4. Se incorporan análisis de políticas públicas, en particular de economía ambiental, economía financiera y monetaria
5. Debates entorno a la globalización y, por último, pero no menos importante
6. La claridad en la exposición.

Contenido:

1. Fundamentos de la economía
2. La moderna economía mixta
3. Conceptos básicos de la oferta y la demanda
4. Oferta y demanda: elasticidad y aplicaciones
5. Demanda y comportamiento del consumidor
6. Producción y organización de los negocios
7. Análisis de costos
8. Análisis de los mercados perfectamente competitivos
9. La competencia imperfecta y el monopolio
10. Competencia entre unos cuantos
11. La economía en la incertidumbre
12. La forma en que los mercados determinan el ingreso
13. El mercado del trabajo
14. La tierra, los recursos naturales y el ambiente
15. Capital, interés y utilidades
16. Los impuestos y los gastos gubernamentales
17. Eficiencia contra igualdad: el gran intercambio
18. El comercio internacional
19. Panorama de la macroeconomía
20. Medición de la actividad económica
21. El consumo y la inversión
22. Los ciclos de negocios y la demanda agregada
23. El dinero y el sistema financiero
24. Política monetaria y economía
25. Crecimiento económico
26. El reto del desarrollo económico
27. Los tipos de cambio y el sistema financiero internacional
28. La macroeconomía en una economía abierta
29. El desempleo y las bases de la oferta agregada
30. Inflación
31. Fronteras de la macroeconomía

ISBN Impreso: 9781456270032

ISBN Ebook: 9781456270049

ISBN Connect: 9781456266929

Recurso digital: Connect

Páginas: 752

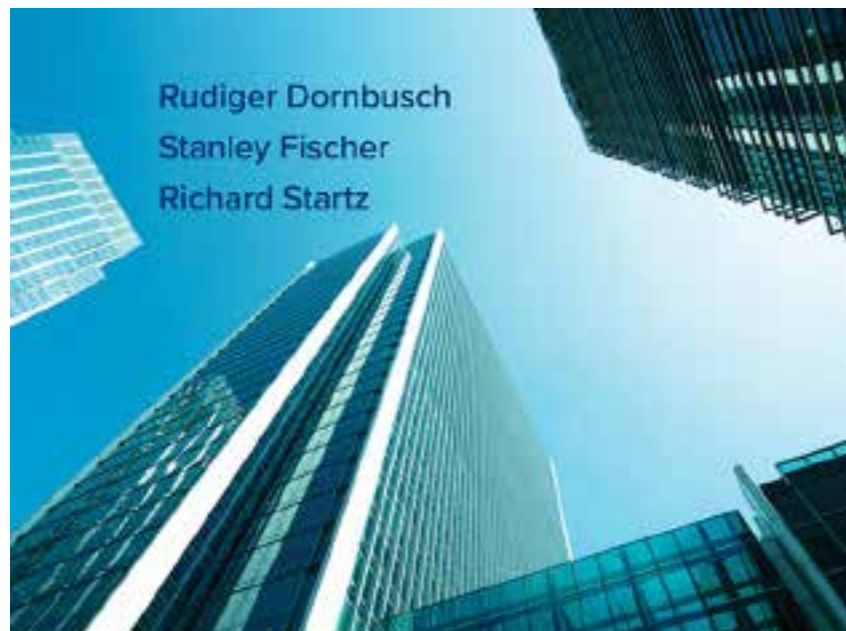


MACROECONOMÍA

Autores: Dornbusch, Rudiger, Stanley Fischer y Richard Startz

Edición: Decimotercera

Año: 2020



Macroeconomía

DECIMOTERCERA EDICIÓN



ISBN Impreso: 9786071514417

ISBN Ebook: 9781456279714

ISBN Connect: 9781456255084

Recurso digital: Connect

Páginas: 680

Sinopsis:

Un clásico de casi 40 años en el mercado, cuyo éxito se explica por su exposición sólida y sencilla, en la que se enfatizan los conceptos sobre la técnica y encajar el material difícil en un marco más amplio para que los estudiantes puedan ver su relevancia en el mundo.

Los autores incorporan las investigaciones más vanguardistas, al tiempo que permiten la flexibilidad en la exposición de estos temas. Se actualizó para incorporar la Historia de la Gran Recesión.

Se ha hecho un gran esfuerzo en actualizar los datos disponibles de gráficas, tablas y preguntas empíricas. Se han incorporado nuevas secciones “La historia habla” y “¿Qué más sabemos?”. Esos recuadros ayudan a que los estudiantes relacionen el material del libro con las noticias que leen, además de que se ha trabajado en hacerlas divertidas.

Contenido:

1. Introducción 2. Contabilidad del ingreso nacional 3. Crecimiento y acumulación 4. Crecimiento y política 5. Oferta agregada y demanda agregada 6. Oferta agregada y la curva de Phillips 7. Desempleo 8. Inflación 9. Preliminares sobre políticas 10. Ingreso y gasto 11. Dinero, interés e ingreso 12. Políticas monetaria y fiscal 13. Vínculos internacionales 14. Consumo y ahorro 15. Gasto en inversión 16. La demanda de dinero 17. Reserva Federal, dinero y crédito 18. Políticas públicas 19. Mercados financieros y precios de los activos 20. Deuda nacional 21. Recesión y depresión 22. Inflación e hiperinflación 23. Ajustes internacionales e interdependencia 24. Temas avanzados

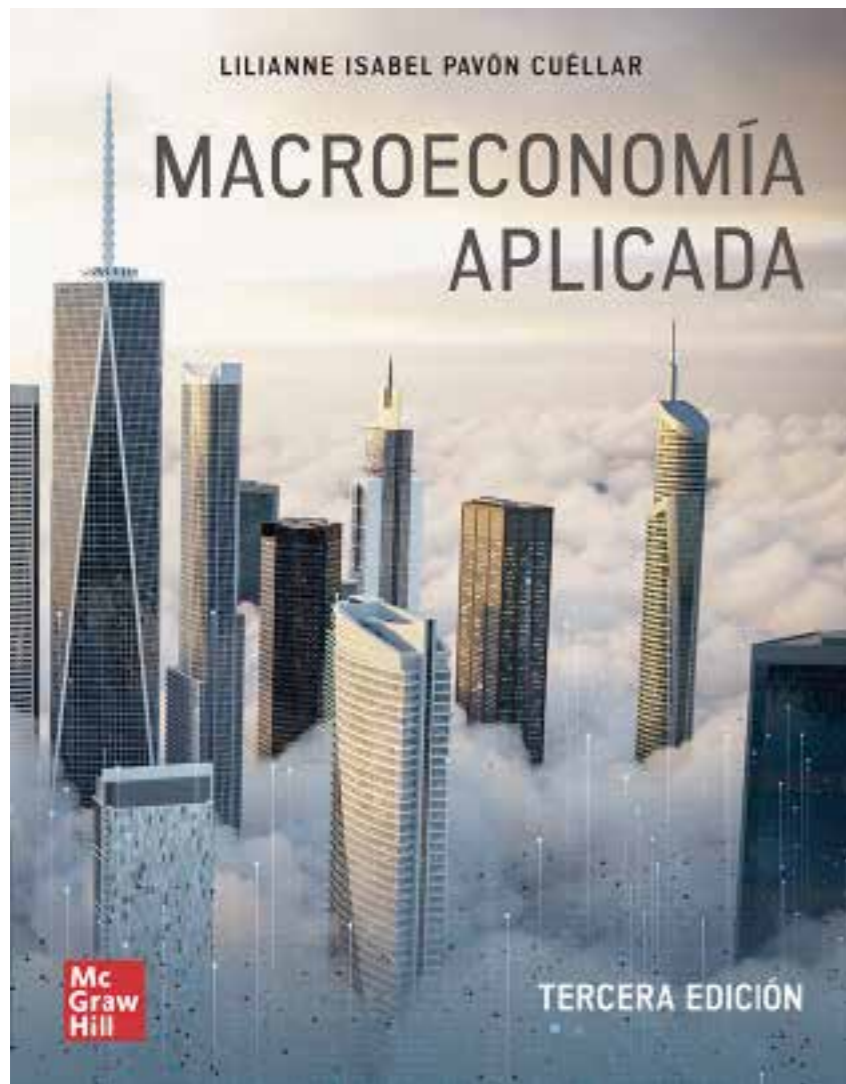


MACROECONOMIA APLICADA

Autora: Lilianne Isabel Pavón Cuéllar

Edición: Tercera

Año: 2021



Sinopsis:

El objetivo de este libro es proporcionar un curso de macroeconomía básica, con la intención de constituir un instrumento de fácil manejo, que le permita al estudiante interpretar las políticas y condiciones macroeconómicas e incorporarlas en la toma de decisiones empresariales. El texto ha sido diseñado para los cursos de Macroeconomía, Entorno económico y Economía internacional, que se ofrecen en extensión y posgrado, en los cuales el estudiante suele trabajar horario completo, por lo que su disponibilidad de tiempo para la investigación extra clase es limitada. Asimismo, este perfil de alumno requiere de una cátedra dinámica, en la cual encuentre la utilidad de la materia en el quehacer diario de su profesión y de forma casi inmediata. El libro no profundiza en el origen ni en el fundamento matemático de las teorías, simplemente recorre una a una las diferentes variables, mercados e interrelaciones macroeconómicas, vinculándolas, lo más posible, al caso mexicano. Al final de cada capítulo se agregan laboratorios para que el alumno aplique los conocimientos adquiridos para analizar, interpretar y, en ciertos casos, proyectar el comportamiento de ciertas variables clave de la economía.

Contenido:

1. Principios de contabilidad macroeconómica. 2. Demanda agregada. 3. Consumo e inversión. 4. El sector público. 5. Oferta agregada. 6. Equilibrio macroeconómico. 7. Modelo de determinación del ingreso. 8. Los mercados de fondos prestables. 9. Balanza de pagos y tipo de cambio. 10. La inflación. 11. Caso de estudio. Análisis de programa nacional de financiamiento del desarrollo 1997-2000.

ISBN Ebook: 9781456286743

Páginas: 216



MACROECONOMÍA CON APLICACIONES DE LATINOAMÉRICA

Autores: Samuelson, Paul y William D. Nordhaus

Edición: Decimonovena

Año: 2019



Sinopsis:

La macroeconomía es la parte de la economía que estudia la economía en general, a través del análisis de las variables agregadas como el monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, la balanza de pagos, el tipo de cambio y el comportamiento general de los precios. Las variables que emplea son el producto interno bruto, la tasa de desempleo, los niveles de impuestos, entre otros.

Este texto de economía evoluciona de manera orgánica conforme el mundo avanza y gira en torno de seis principios básicos, que los autores se han planteado como básicos:

1. Describir los principales conceptos que sustentan todo el quehacer económico
2. Incorporar siempre las innovaciones del campo económico
3. Hace una selección de los temas que es necesario que el estudiante conozca
4. Se incorporan análisis de políticas públicas, en particular de economía ambiental, economía financiera y monetaria
5. Debates entorno a la globalización y, por último, pero no menos importante
6. la claridad en la exposición.

Contenido:

1. Fundamentos de la economía.
2. La moderna economía mixta
3. Conceptos básicos de la oferta y la demanda
4. Panorama general de la macroeconomía
5. Medición de la actividad económica
6. El consumo y la inversión
7. Los ciclos de negocios y la demanda agregada
8. Capital, interés y utilidades
9. El dinero y el sistema financiero
10. Política monetaria y economía
11. Crecimiento económico
12. El reto del desarrollo económico
13. Los tipos de cambio y el sistema financiero internacional
14. La macroeconomía en una economía abierta
15. El desempleo y las bases de la oferta agregada
16. Inflación
17. Fronteras de la macroeconomía

ISBN Impreso: 9781456270056

ISBN Ebook: 9781456270063

ISBN Connect: 9781456266936

Recurso digital: Connect

Páginas: 456



MICROECONOMÍA CON APLICACIONES DE LATINOAMÉRICA

Autores: Samuelson, Paul y William D. Nordhaus

Edición: Decimonovena

Año: 2019



Sinopsis:

La microeconomía es la parte de la economía que estudia el comportamiento de los agentes económicos individuales, como pueden ser las familias, las empresas, los trabajadores. Se analizan elementos como los bienes, precios, mercados y agentes económicos, y las leyes de la oferta y la demanda.

Este texto de economía evoluciona de manera orgánica conforme el mundo avanza y gira en torno de seis principios básicos, que los autores se han planteado como básicos:

1. Describir los principales conceptos que sustentan todo el quehacer económico
2. Incorporar siempre las innovaciones del campo económico
3. Hace una selección de los temas que es necesario que el estudiante conozca
4. Se incorporan análisis de políticas públicas, en particular de economía ambiental, economía financiera y monetaria
5. Debates entorno a la globalización y, por último, pero no menos importante
6. la claridad en la exposición.

Contenido:

1. Fundamentos de la economía.
2. La moderna economía mixta
3. Conceptos básicos de la oferta y la demanda
4. Oferta y demanda: elasticidad y aplicaciones
5. Demanda y comportamiento del consumidor
6. Producción y organización de los negocios
7. Análisis de costos
8. Análisis de los mercados perfectamente competitivos
9. La competencia imperfecta y el monopolio
10. Competencia entre unos cuantos
11. La economía en la incertidumbre
12. La forma en que los mercados determinan el ingreso
13. El mercado del trabajo
14. La tierra, los recursos naturales y el ambiente
15. Capital, interés y utilidades
16. Los impuestos y los gastos gubernamentales
17. Eficiencia contra igualdad: el gran intercambio
18. El comercio internacional

ISBN Impreso: 9781456270070

ISBN Ebook: 9781456270087

ISBN Connect: 9781456266943

Recurso digital: Connect

Páginas: 440



ESTADÍSTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS Y A LA ECONOMÍA

Autores: Lind, Douglas A., William G. Marchal y Samuel A. Wathe

Edición: Decimoséptima

Año: 2019



Sinopsis:

El objetivo de esta obra es proporcionar a los estudiantes de administración, marketing, finanzas, contabilidad, economía y otros campos de la administración de empresas un estudio introductorio de estadística descriptiva e inferencial.

Para ilustrar la aplicación de la estadística, el libro utiliza muchos ejemplos y ejercicios que se centran en aplicaciones de negocios, pero también se relacionan con el mundo actual del estudiante universitario. No es necesario un curso previo en estadística, y la matemática requerida es el álgebra de primer año.

Se explica la estadística para las áreas de negocios y economía en una forma en que los estudiantes puedan comprender fácilmente y relacionar con su vida profesional y personal, para ello se fortalecen las habilidades matemáticas necesarias en los cálculos estadísticos y en la resolución de problemas con soluciones paso a paso

Contenido:

1. ¿Qué es la estadística? 2. Descripción de datos: tablas de frecuencias, distribuciones de frecuencias y representación gráfica. 3. Descripción de datos: medidas numéricas. 4. Descripción de datos: presentación y análisis 5. Estudio de los conceptos de la probabilidad. 6. Distribuciones de probabilidad discreta. 7. Distribuciones de probabilidad continua. 8. Métodos de muestreo y teorema del límite central. 9. Estimación e intervalos de confianza. 10. Prueba de hipótesis de una muestra. 11. Prueba de hipótesis de dos muestras. 12. Análisis de varianza. 13. Correlación y regresión lineal. 14. Análisis de regresión múltiple. 15. Métodos no paramétricos: pruebas de hipótesis de nivel nominal. 16. Métodos no paramétricos: análisis de datos ordinales. 17. Números de índice. 18. Series de tiempo y pronóstico. 19. Control estadístico de procesos y gestión de calidad. 20. Una introducción a la teoría de la decisión.

ISBN Impreso: 9781456269760

ISBN Ebook: 9781456269777

ISBN Connect: 9781456266875

Recurso digital: Connect

Páginas: 792

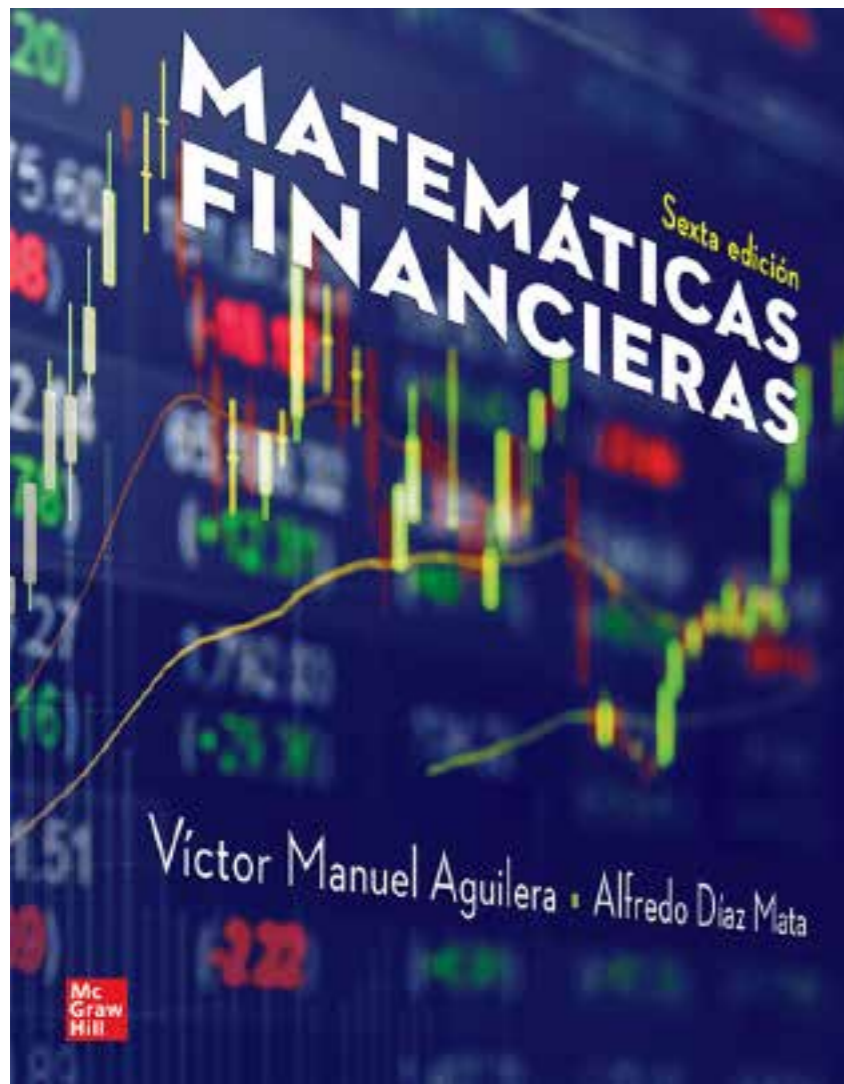


MATEMÁTICAS FINANCIERAS

Autores: Díaz Mata, Alfredo y Víctor Manuel Aguilera

Edición: Sexta

Año: 2020



Sinopsis:

Las matemáticas financieras se aplican en la vida cotidiana de las personas y las empresas por lo que resulta necesaria su cabal comprensión.

La lectura del presente texto y la solución de los problemas que contiene permitirán al lector adquirir los conocimientos necesarios para comprender las implicaciones que tienen las variaciones del valor del dinero en el tiempo.

En esta edición se hicieron los siguientes cambios:

- Más de 120 ejercicios renovados o nuevos.
- Principales definiciones a ladillo, para mejor identificación de los conceptos importantes. Revisión exhaustiva de la obra

Contenido:

1. Fundamentos 2. Interés simple 3. Interés compuesto 4. Anualidades simples, ciertas, vencidas e inmediatas 5. Anualidades anticipadas 6. Anualidades diferidas 7. Caso general de anualidades 8. Amortización y fondos de amortización 9. Inversión en bolsa de valores 10. Depreciación 11. Probabilidades y tablas de mortalidad 12. Anualidades contingentes. Respuestas. Apéndices.

ISBN Impreso: 9786071514561

ISBN Ebook: 9781456279851

ISBN Connect: 9781456255077

Recurso digital: Connect

Páginas: 456

¿Qué ventajas tengo como Institución de que mis alumnos utilicen un ebook?

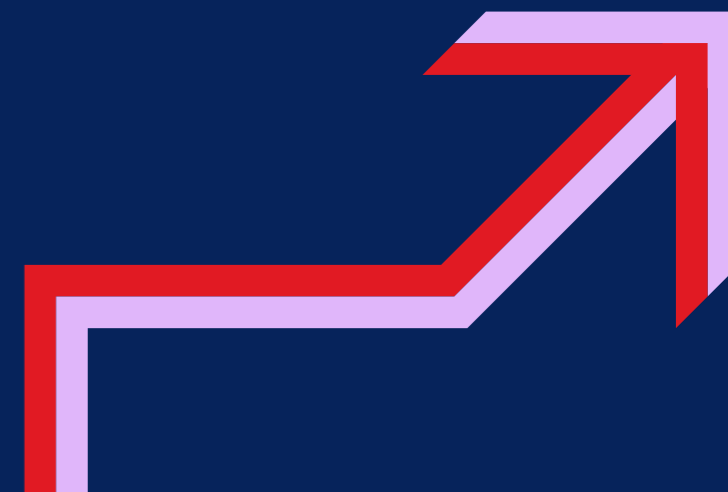
La forma en que accedemos al contenido ha cambiado. Los alumnos esperan experiencias personalizadas que ofrezcan acceso sobre demanda a una amplia selección de contenido. El ebook es accesible y fácil de usar, ya que brinda una experiencia de contenido de forma flexible y segura.

Nuestros ebooks se encuentran alojados en la plataforma de Bookshelf, la plataforma de contenido digital número 1 del mundo, con acceso en cualquier momento y en cualquier lugar.

A los usuarios les permite personalizar sus resaltadores para que se adapten a sus necesidades, y los resaltados y notas se almacenan en la computadora portátil del usuario.

Características de un Ebook McGraw Hill

- Disponibilidad 24/7, dispositivos móviles.
- Búsqueda sencilla de contenidos.
- Estantería personalizada para el estudiante.
- Resaltadores.
- Cuaderno de Notas.



¿Qué ventajas tengo como estudiante al utilizar un ebook?

Los ebooks dan respuesta a muchas de las necesidades planteadas en la educación superior del siglo XXI.

Es por ello, que los alumnos tienen acceso desde el primer día de clase y las instituciones ahorran dinero y se ponen en modo digital automáticamente.

Ventajas del Ebook

- Los libros electrónicos no ocupan espacio físico.
- Les permite tener una librería digital al alcance con un solo clic.
- Facilita enormemente el acceso a la lectura para personas con deficiencias visuales, ya que nuestros ebooks les permite la reproducción de audiolibros.
- Puedes buscar una palabra al instante. ¿Cuántas veces recordamos haber leído algo en un libro, pero no anotamos la página? Con la búsqueda de palabras clave puedes encontrar cuantas veces se cita una palabra.

Características de un Ebook McGraw Hill

- Estantería personalizada para el estudiante.
- Herramienta de Lectura.
- Herramienta de Citas.
- Herramienta de Marcadores.
- Audio-libro.

**Mc
Graw
Hill**

**Aprendizaje tan
único como tú**
www.mheducation.com.mx

Síguenos en nuestras redes sociales:



/MHELatam



@MHELatam



@MHELatam



McGraw-Hill Latam

