

ESIC Editorial constituye la proyección de ESIC en el mundo de las publicaciones, aportando la investigación y divulgación de temas de economía, empresa y marketing.

Su fondo editorial, en constante renovación, cuenta con más de 450 títulos vivos, cuyos autores son principalmente profesores universitarios y profesionales, expertos conocedores de nuestro entorno empresarial.

Lleva más de 40 años editando libros profesionales sobre marketing, publicidad, ventas, recursos humanos, habilidades directivas, finanzas, estrategia, economía, matemáticas y estadística, que mezclan, el rigor, la experiencia, la investigación y la amenidad.

Nuestras líneas de trabajo son:

Libros profesionales

Que ofrecen a estudiantes, profesionales e investigadores las líneas básicas del funcionamiento de las instituciones económicas, de los negocios y de los mercados. Un insustituible material de reflexión y de trabajo.

Divulgación

Proporciona una lectura rápida, llena de ejemplos y vivencias empresariales, centrado en contenidos específicos de la actualidad empresarial.

Investigación Docente

Contribuye a la ampliación del conocimiento científico en sus aspectos social, económico, profesional y ético. La investigación básica, aplicada o analítica contribuye al beneficio de la comunidad científica y de toda la sociedad.

Cuadernos de Documentación

Engloba la edición de casos prácticos y documentaciones que facilitan el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.

Notas Técnicas Universitarias

Un material imprescindible para el estudiante universitario, se trata de documentos que aclaran, amplían o ejemplifican algunos temas de las asignaturas de grado.

Contenidos Digitales

Un punto de encuentro en donde profesionales de la empresa comparten sus conocimientos. Acceda con un solo clic a documentación profesional, clases magistrales en vídeo impartidas por el claustro académico de ESIC y las ponencias de Hoy es Marketing, el mayor encuentro para profesionales y directivos del mundo del marketing y la comunicación.

Revistas científico-técnicas

Edita tres revistas de gran prestigio, que recogen la investigación desarrollada en el mundo del marketing y la comunicación, ESIC Market, la Revista Española de Investigación de Marketing ESIC y aDResearch ESIC (Revista Internacional de Investigación en Comunicación).

Marketing



PVP 20 €
286 pág.

- Historia del mercado del ordenador personal
- Electrodomésticos de peluquería: Llongueras by Russell Hobbs • Bono Turístico de Granada [...]

Casos de marketing estratégico en las organizaciones

José Luis Munuera Alemán
Ana Isabel Rodríguez Escudero

Los dieciocho casos que se presentan en este manual, confeccionados por veinticinco expertos de diez universidades y cinco empresas, con una amplia experiencia en el campo del marketing estratégico, están destinados a todos aquellos que quieren saber sobre la empresa lo que sólo sus directivos saben.



PVP 26 €
490 pág.

17ª EDICIÓN

- Parte I: Presentación general • Marketing y planificación • El Plan de Marketing dentro del Proceso de Planificación Global • El Plan de Marketing • Parte II: Fases de elaboración del Plan de Marketing "paso a paso" • Análisis de la Situación [...]

El plan de marketing en la práctica

José María Sainz de Vicuña Ancín

Ofrece a la alta dirección de cualquier empresa que sienta la necesidad de sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado, un instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz que le conducirá, paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración de un plan de marketing.



PVP 20 €
356 pág.

- Mercado, trabajo, familia Solos, estresados y huérfanos. Escasez de tiempo para la familia • Marketing, persuasión, consumo • Juventud, educación, indolencia • Sin ganas pero con estilo. Perfil de la nueva juventud • Valores, ética, solidaridad [...]

Generación Marketing

La sociedad entre la codicia y la indolencia

Víctor Molero Ayala

Expone el momento histórico, social, político y económico en que viven las personas del siglo XXI, caracterizado por la influencia de las empresas y sus herramientas de Marketing para influir en el comportamiento de los mercados y de los individuos.



PVP 35 €
732 pág.

- Introducción al marketing • Análisis del entorno en marketing • El sistema de información en la gestión de marketing • Técnicas de investigación de mercados [...]

Manual de marketing

María Dolores García Sánchez

Este compendio pretende acercar el marketing a cualquier persona que crea que aplicando estas técnicas puede tener una vida profesional (y por tanto: personal) más satisfactoria. Combina teoría con casos, cuestiones a debatir, test, con el fin de estimular el aprendizaje.



PVP 25 €
506 pág.

- La distribución comercial • Los intermediarios en la distribución comercial • El consumidor en el establecimiento detallista • Selección del canal: estrategias de distribución del fabricante • Relaciones en el canal de distribución [...]

Distribución comercial aplicada

Sebastián Molinillo Jiménez (Coord.)

Un grupo de profesores con amplia experiencia docente, investigadora y ejecutiva en la dirección de empresas, han elaborado un manual de texto para la asignatura Distribución Comercial adaptado a las necesidades de la actividad docente de los nuevos títulos de Grado del Espacio Europeo de Educación Superior.



PVP 24 €
220 pág.

- La localización como herramienta de marketing • El geomarketing y los «SIG» [...]

Geomarketing

Estrategias de marketing territorial

Juan Carlos Alcaide, Rocío Calero y Raúl Hernández

Es fundamental para las organizaciones ubicar a sus clientes actuales para desplegar la mejor oferta de producto y más eficiente acción comercial. Sin embargo, hay clientes potenciales a los que captar, debiendo diseñar herramientas adecuadas para identificar quienes son y dónde están, son las herramientas de la geolocalización.



PVP 18 €
230 pág.

- PRESENTACIÓN de Gem Romero • PRÓLOGO: «El cocinero Antón» de Miguel Ángel Furones • Introducción • La lenta irrupción del «planning» • Funciones del «planner» • El trabajo de investigación • La formulación de la estrategia • La redacción del «briefing» [...]

La magia del Planner

Antón Álvarez Ruiz

Este libro explica, de forma completa y amena, cuál ha sido el desarrollo del planning. Y cómo aplicar sus técnicas, que permiten traducir los datos del mercado a ideas estratégicas, dotando a la comunicación de un nivel de profundidad antes desconocido y cultivando una relación emocional con el consumidor.



Marketing Público
Investigación, aplicaciones y estrategia

Ramón Rufín Moreno y Cayetano Medina Molina

Se estudian cuestiones de actualidad y relevancia como el desarrollo del e-Gobierno de las administraciones públicas, el uso de las redes sociales en el e-learning, o el Marketing Relacional en las ONG.



PVP 22 €
318 pág.

- Parte I: aplicaciones estratégicas y operativas de marketing público: Marketing Público • Consumidores y usuarios en el Marketing Público • Investigación de mercados y Marketing Público [...]



Fidelización de clientes

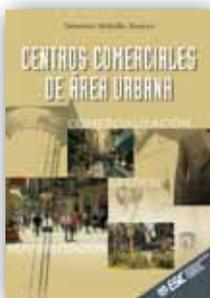
Juan Carlos Alcaide

Los diez mandamientos del marketing del siglo XXI de Kotler, son los diez mandamientos del marketing de Lealtad, aplazar más su vida.



PVP 25 €
415 pág.

- Planteamientos básicos: el trébol de la fidelización • Información del cliente • Marketing interno • Comunicación • Gestión de la experiencia del cliente • Incentivos y privilegios [...]



Centros comerciales de área urbana

Sebastián Molinillo Jiménez

En este libro se analiza la problemática a partir de un amplio estudio que considera todas las cuestiones del entorno urbano que afectan al ejercicio de la actividad comercial minorista. Aspectos como la estructura urbana, la accesibilidad, los sistemas de transporte, el aparcamiento, el mobiliario urbano, etc.



PVP 17 €
252 pág.

- Comercio y ciudad • Elementos estructurales influyentes en el comercio de los centros históricos • Experiencias en la gestión del comercio de centro urbano [...]



Consumo y Derecho

Elementos jurídico-privados de Derecho del Consumo

Rafael Lara Juan M. Echaide

El objetivo de la obra es facilitar la aproximación al estudio de las principales categorías conceptuales e institucionales del Derecho del Consumo y ello, principalmente, desde el punto de vista jurídico-privado.



PVP 20 €
394 pág.

- Nacimiento y delimitación de la defensa de los consumidores y usuarios en el ámbito estatal, autonómico y local • Concepto de consumidor y usuario [...]



Convencer
Descubra los secretos de los grandes comunicadores

Juana Erice

¿Por qué hay personas que persuaden e infunden confianza desde el primer momento? ¿Qué es lo que les diferencia del resto? ¿Dónde residen las claves de su éxito? Conectar con la gente, convencerlos, es un don innato que poseen algunos directivos, pero también es un arte que se puede desarrollar y aprender.



PVP 15 €
154 pág.

2ª EDICIÓN

- Nos movemos por emociones y sentimientos • Los pensamientos se leen • Sea claro • Olvídense de usted • La valentía • Una palabra mágica: nosotros • El carisma [...]



De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente

Dolors Setó Pamies

Este libro intenta identificar cuáles son los principales antecedentes de la fidelidad del cliente, ya que de poco nos sirve decir que la fidelidad es un factor clave del éxito empresarial si no conocemos cómo podemos llegar a ella.



PVP 15 €
172 pág.

- Las empresas de servicios • La calidad de servicio • La satisfacción del cliente • La fidelidad del cliente • La influencia de la calidad de servicio, la imagen, la satisfacción y la confianza en la fidelidad del cliente [...]



Dirección de marketing
Fundamentos y aplicaciones

Jaime Rivera Camino Mencía de Garcillán López-Rúa

Muestra las principales decisiones que deben tomar los directivos para satisfacer a sus mercados en un entorno altamente competitivo, reproduciendo el proceso estratégico y operativo del marketing para ofrecer conceptos aplicables.

- Fundamentos del marketing • Marketing: conceptos y dimensiones • Entorno y globalización • Función comercial • Segmentación del mercado • La demanda • Comportamiento del consumidor • Estrategias de marketing • Planificación, organización y control de la estrategia de marketing [...]



PVP 23 €
478 pág.

3ª EDICIÓN



Marketing, innovación y nuevos negocios

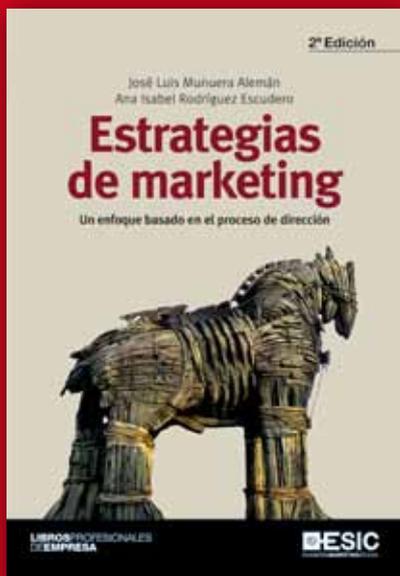
Javier Maqueda Lafuente

En este mundo complejo, nacen cada día nuevas oportunidades de negocio, las cuales surgen de las sinergias que se dan entre el Marketing, la innovación y el espíritu inquieto de los empresarios, los directivos, los empleados y los futuros emprendedores.



PVP 18 €
187 pág.

- Introducción • Marketing e innovación: procesos paralelos • La planificación estratégica en la pequeña empresa • Las medidas de control del binomio marketing & innovación • Marketing e innovación en momentos de crisis [...]



Estrategias de marketing

Un enfoque basado en el proceso de dirección

José Luis Munuera Alemán
Ana Isabel Rodríguez Escudero

Un extenso compendio de los principales conceptos teóricos relativos al análisis del mercado, las estrategias de marketing, su planificación y ejecución; complementado con nueve casos prácticos de empresas que operan en el mercado español.

- Estrategia y marketing • Mercado de referencia: segmentación y posicionamiento estratégico • Evaluación dinámica del atractivo del mercado • Análisis de la competencia y de los competidores [...]



PVP 50 □
714 pág.
2ª EDICIÓN



El nuevo sistema de información de marketing

SIMK
Fermín Garmendia Agirre
y John Romeiro Sema Peláez

Proporciona material esencial sobre los Sistemas de Información de Marketing, conocidos como SIM (en el libro se evoluciona del SIM al SIMK). Será de gran utilidad para implantar la cultura de marketing dentro de las empresas.



PVP 17 □
138 pág.

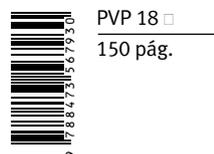
- Los sistemas de información de marketing: de los SIM a los SIMK • Las necesidades de información de marketing de las empresas • Definición del nuevo SIM-SIMK • Los siete procesos que conforman el nuevo SIMK • Cómo implementar el modelo [...]



Banca comercial con talento

Fernando Moroy
Daniel Primo

Teniendo en cuenta la especificidad del negocio bancario y la actual situación de mercados maduros con saturación de productos y de canales de distribución, la eficiente gestión de la red comercial es sin duda uno de los vectores estratégicos básicos que distinguirá a las entidades financieras ganadoras.



PVP 18 □
150 pág.

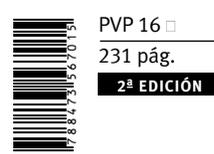
- El sistema bancario español: un referente a nivel mundial • El mapa bancario español • La banca multicanal: Principales canales de venta • Evolución en la gestión del cliente bancario • La gestión comercial en la oficina bancaria • Gestión carterizada de clientes [...]



El plan de marketing en la PYME

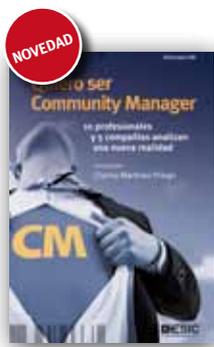
José María Sainz de Vicuña Ancín

La crisis como oportunidad y el plan de marketing como brújula para las pymes es el mensaje principal de este nuevo libro. Muestra la experiencia de una pyme que aprovechó las crisis pasadas para salir fortalecida, gracias a su plan de marketing.



PVP 16 □
231 pág.
2ª EDICIÓN

- Parte I: Presentación del plan de marketing • Aportación del marketing a la PYME • Importancia del plan de marketing para la PYME • Parte II: Cómo tener éxito con su plan de marketing • Cómo una PYME puede elaborar, con éxito, su plan de marketing • Cómo hacer el seguimiento y el control del plan de marketing [...]



Quiero ser Community Manager

Raúl Hernández González y otros

Pocas veces una profesión ha generado un debate tan encendido y no solo en medios sociales. Esta sobreexposición mediática ha sido muy útil para dar a conocer la gran oportunidad que supone para las empresas y profesionales la gestión de las comunidades.



PVP 18 □
304 pág.

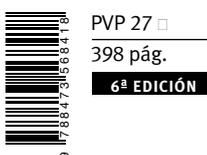
- Parte I: Guía para el community manager • Empresas abiertas para una economía abierta • Los medios sociales y la cultura 2.0 • Estrategias en medios sociales • La figura del community manager • Como ser un Community manager: Uno más dentro de la comunidad a la que sirves [...]



Gestión de precios

Enrique C. Díez de Castro

Esta obra propone y desarrolla un enfoque normativo para la "gestión de precios" en una empresa, sin olvidar en ningún momento el enfoque positivo, es decir, lo que es o se hace actualmente en la realidad empresarial. Los precios son abordados desde una perspectiva general, válida para todo tipo de producto o servicio.



PVP 27 □
398 pág.
6ª EDICIÓN

- El Coste • La Demanda • Métodos de fijación de precios basados en la demanda • La competencia • Objetivos de política de precios • Estrategias de precios • Aspectos legales del precio • Temas especiales • Fijación de precios internacionales [...]

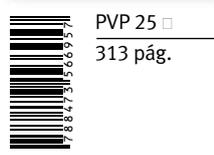


Marketing Hero

Las herramientas comerciales de los videojuegos

Juan Carrillo Marqueta
y Ana Sebastián Morillas

La industria de los videojuegos conoce historias de esplendorosos éxitos y terribles fracasos. Detrás de unos y otros se esconden decisiones empresariales y herramientas comerciales que hubieran tenido distintas consecuencias en cualquier otro sector.



PVP 25 □
313 pág.

- Comportamiento del consumidor en el uso y compra de los videojuegos • Estrategias de imagen y posicionamiento de marca de las videoconsolas • La tecnología de las videoconsolas como argumento de venta [...]



Marketing y videojuegos

Product placement, in-game advertising y advergaming

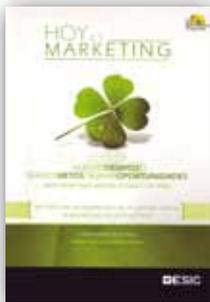
José Martí Parreño

El libro presenta por primera vez un marco integral de medición de la eficacia de este tipo de acciones que contempla tanto los antecedentes como el procesamiento de la información que se produce y los diferentes efectos sobre el consumidor a los que da lugar.



PVP 19 □
200 pág.

- Los videojuegos • Los videojuegos en las comunicaciones de marketing • Objetivo de las comunicaciones de marketing mediante videojuegos • Medición de la efectividad [...]



Hoy es Marketing
Nuevos tiempos, nuevos retos, nuevas oportunidades

Coordinadores
*Felipe Llano
Joaquín Calvo*

ESIC reúne en un evento único a los protagonistas de estrategias de marketing de éxito y lanza un libro/DVD para los que no pudieran vivirlo en directo. Un total de 29 ponencias que ofrecen una visión de los mercados, sus problemas u oportunidades.



PVP 10 €
48 pág.



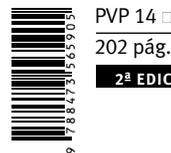
- Experiencias empresariales: Abm Rexel, Adigital, Antevenio, Banco Santander, Campofrío, Ccc, Critería Caixacorp, Daemon Quest, Definde.Com Doble Cero/, El Corte Inglés, El Correo, El Naturalista, Icemd, Imaginarium, Incipy, Kanvas Media [...]



Los cien errores del CRM

Pedro Reinares

Esta obra aborda los principios fundamentales del marketing relacional con un planteamiento innovador: describir cómo las empresas fallan al establecer procesos de relación adecuados con sus clientes.



PVP 14 €
202 pág.

2ª EDICIÓN

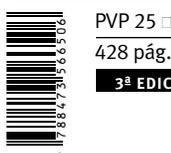
- Prólogo • Errores del 1 al 100 • Lecturas recomendadas [...]



Logística y operaciones en la empresa

Ignacio Soret los Santos

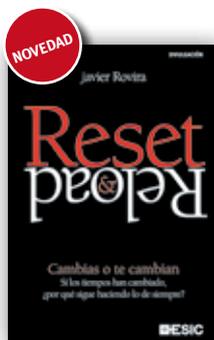
La logística integral parece evolucionar hacia el concepto de operaciones fluidas de distribución y producción, avanzando en la integración funcional y en la eficiencia operacional, llegando a la consecución de ventajas competitivas sostenibles. El gerente logístico debe ser capaz de demostrar el impacto de la gestión y mejora de las operaciones en la organización como generador de valor.



PVP 25 €
428 pág.

3ª EDICIÓN

- Logística y operaciones en la empresa • La cadena de suministro y respuesta eficiente al consumidor [...]

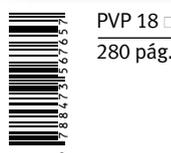


Reset & Reload

Cambias o te cambian. Si los tiempos han cambiado, ¿por qué sigue haciendo lo de siempre?

Javier Rovira

Reset & Reload cuestiona los paradigmas empresariales actuales; desde la métrica hasta las relaciones empresa-trabajador pasando por elementos estratégicos como la diferenciación, la determinación de precios, la distribución y venta.



PVP 18 €
280 pág.

- Para quién; por qué • Reset • Reset UNO: 13.º Katun. No estamos en una época de cambios • Reset DOS: Der Glorreich Augenblick. (El momento glorioso).Lodos y barro: qué nos ha traído aquí [...]

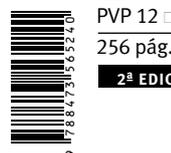


Los dioses del marketing son humanos

Treinta formas de trabajar en marketing

Víctor Molero Ayala

A la manera de un álbum de fotos, en este libro se cuentan historias, retazos de vida humana imaginada y acaso real. La característica principal de estos relatos es que se habla de personas que tienen una profesión y que cada historia se narra desde las respectivas vivencias profesionales.



PVP 12 €
256 pág.

2ª EDICIÓN

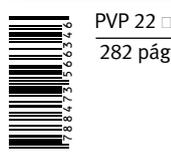
- Parte I: • Área comercial • Vendedor • Jefe de Ventas • Director Comercial. (...) • Parte II: • Área de Marketing: • Director de Marketing (...)



Marketing con visión de futuro
Alcanzar y mantener el éxito de la empresa

*Rudy Moenaert
Henry Robben
Peter Gouw
León Ezcurra*

“Lo complejo es fácil, lo sencillo es lo difícil” El marketing en estos tiempos sin duda necesita desesperadamente un liderazgo en el pensamiento: conceptos potentes que sean fáciles de ejecutar.



PVP 22 €
282 pág.

- El proceso del Plan de Empresa • Comprender la empresa • Comprender el entorno • Ambición estratégica • El concepto del futuro • Moldear el futuro [...]



Estrategias de marketing para grupos sociales

Joaquín Sánchez Herrera y otros

La fragmentación de los mercados en grupos de individuos que tienen características similares, es una característica que cada vez está más presente en las decisiones de marketing, y que las organizaciones deben conocer y saber gestionar.



PVP 22 €
370 pág.

- El marketing, la familia tradicional y los nuevos modelos familiares • Marketing para siglos • Marketing infantil • Marketing para adolescentes • Marketing senior • Inmigración y marketing • Upscale marketing • Grupos y redes sociales en marketing • El marketing en grupos sociales emergentes [...]



Consumering

Javier Rovira

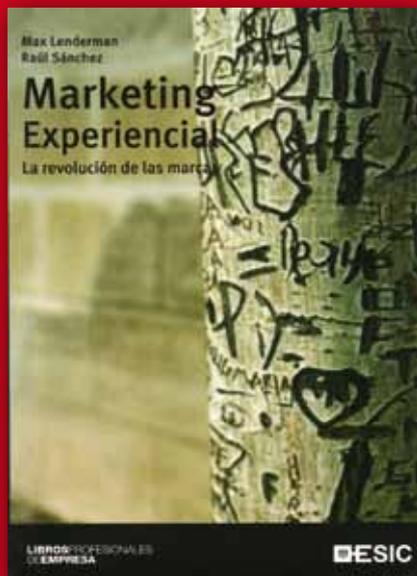
Una nueva propuesta que no se basa en modelos teóricos sino en realidades de mercado y en ejemplos actuales de éxito para proponer una nueva estrategia. Se busca generar una demanda sostenible y rentable pero por otras vías distintas a lo que postula el marketing tradicional. Una proposición original, revolucionaria y provocadora. Todavía hay tiempo para el cambio.

- Prólogo de Philip Kotler • Este mundo cambia rápido y sin vuelta atrás: tendencias • Consumidores extremos y comportamientos: ¿seguro que sabe lo que sus consumidores realmente buscan? [...]



PVP 35 €
248 pág.

3ª EDICIÓN



Marketing experiencial

La revolución de las marcas

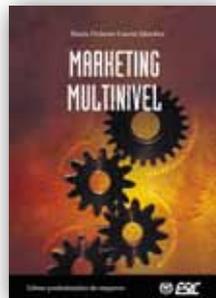
Max Lenderman y Raúl Sánchez

Un mercado cada vez más fragmentado y heterogéneo requiere comunicaciones individuales en lugar de formatos de gran divulgación. El marketing experiencial tiene un puente hacia el consumidor ofreciéndole sensaciones positivas individuales y memorables.

- La experiencia hacia el marketing experiencial
- Relaciones de amistad con las marcas
- Las campañas de marketing experiencial deben suponer claramente un beneficio significativo para el consumidor (...)



PVP 19 □
278 pág.



Marketing multinivel

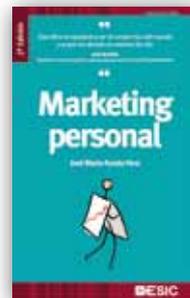
María Dolores García Sánchez

La autora da las respuestas en este manual y aborda el negocio desde un planteamiento objetivo, con la intención de facilitar la tarea a todas aquellas personas que se quieran acercar a profundizar en él, especialmente a los nuevos distribuidores que buscan una comprensión global de lo que va a ser su entorno profesional.



PVP 24 □
362 pág.

- Sistemas de distribución de venta directa personal
- Aspectos asociados al marketing multinivel [...]



Marketing personal

José María Acosta Vera

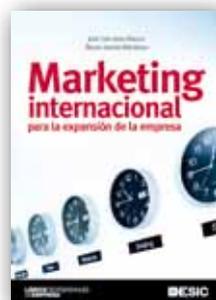
El objetivo de este libro es proponer un plan de marketing personal para gente sanamente ambiciosa; porque trata de una venta, de la más importante: la de ti mismo. Venta, por cierto, que no termina nunca.



PVP 14 □
260 pág.

2ª EDICIÓN

- Inicio de la carrera: conocerse, los factores orientadores, los factores desorientadores, el plan personal
- La oferta: la búsqueda, la presentación, la entrevista, el inicio profesional
- Consolidación de la carrera [...]



Marketing internacional para la expansión de la empresa

José Luis Jerez Riesco
Álvaro García-Mendoza

El Marketing Internacional, orientado hacia la expansión de las empresas, es el objetivo marcado, punto de partida y meta de llegada, que orienta el contenido del texto planteado por sus autores en términos de formación, confianza y proyección consolidada para las voluntades emprendedoras.



PVP 20 □
296 pág.

- La internacionalización de la empresa
- El entorno internacional
- Selección de mercados extranjeros
- Penetración en mercados extranjeros [...]



Marketing relacional

Carmen Barroso Castro
Enrique Martín Armaño

Este libro pretende mostrar cuáles son las claves de la Gestión de los intercambios bajo una perspectiva relacional.



PVP 17 □
248 pág.

- Del marketing transaccional al marketing relacional
- El valor y el marketing relacional
- Los pilares del marketing relacional
- La cadena de relaciones
- Calidad de servicio, satisfacción del cliente y fidelidad
- Orientación al mercado y marketing relacional [...]



Marketing sectorial

José María Cubillo Pinilla
Julio Cerviño Fernández

En general, las bases conceptuales de la ciencia del marketing suelen ser las mismas en todos los sectores: una buena orientación al mercado buscando la creación de valor para todos los stakeholders de la empresa (principalmente consumidores, accionistas y empleados).



PVP 30 □
458 pág.

- Marketing de servicios
- Marketing turístico
- Marketing turístico de la salud
- Marketing de ciudades
- Marketing deportivo
- Marketing bancario
- Marketing de productos ecológicos
- Marketing del vino
- Marketing del Aceite de Oliva [...]



Marketing y niños

Victoria Tur Viñes
Irene Ramos Soler

En este libro se abordan de forma directa y sencilla las claves sobre las que descansa la peculiaridad del target infantil, intentando dilucidar cuestiones como las siguientes: ¿Cómo son los niños de hoy? ¿Qué les gusta? ¿Qué necesitan? ¿Cómo se relacionan con sus familias y amigos? ¿Qué les motiva o influye en sus decisiones? ¿Qué compran? o ¿Dónde consumen?



PVP 17 □
184 pág.

- Introducción
- El concepto de infancia
- El mercado infantil
- El comportamiento de compra del niño
- El marketing infantil
- La investigación de mercados y los niños
- Tendencias de futuro
- Bibliografía [...]



Marca país

España, una marca líquida

José Miguel Sánchez Guitián

Como en un gran supermercado, los países compiten en el mundo por atraer turismo, vender más fuera y dentro, captar capital extranjero o talento con que engrasar la máquina de la prosperidad.



PVP 16 □
155 pág.

2ª EDICIÓN

- La Marca País
- Una cuestión de inteligencia
- Realidad y comunicación líquida
- Una visión de la Marca
- Expresión de la Marca País
- El turismo como punto de salida
- El interés mediático
- Embajadores de imagen
- Credibilidad política. [...]



Gestión por categorías

Optimización del surtido

Francisco Serra Sedeño
y Alberto Morant Cimas

La gestión del surtido ha cobrado una importancia creciente debido a que los fabricantes tienden a incrementar la oferta de productos, los distribuidores tratan de reducir el número de referencias para conseguir ahorros logísticos y los consumidores se desconciertan.



PVP 18 €
152 pág.

- Concepto e importancia
- Las referencias y su codificación
- La estructura del surtido
- Las dimensiones del surtido
- La determinación del surtido trabajando en el punto de venta
- La selección del surtido
- Caso práctico de la selección del surtido. [...]



Prácticas de marketing

Ejercicios y supuestos

Sonia San Martín

El interés que suscita el estudio y aplicación del marketing en los ámbitos profesional y académico en la actualidad está fuera de toda duda. Es difícil encontrar manuales con ejercicios prácticos y supuestos integradores de distintos temas que faciliten la aplicación de contenidos teóricos fundamentos de marketing



PVP 16 €
178 pág.

- Demanda, cuota de mercado y previsión de ventas
- Segmentación de mercados
- Investigación comercial [...]



Historias fabulosas del marketing

Ignacio Soret los Santos

Junto al desarrollo industrial y económico, el marketing ha crecido hasta límites insospechados, ha permitido la generación de nuevas profesiones, nuevas aplicaciones técnicas, tecnológicas y nuevas carreras universitarias.



PVP 21 €
274 pág.

- El marketing en torno a usted
- Conocimiento del consumidor
- Clasificación de consumidores
- Necesidades y expectativas
- Entorno del consumidor
- La empresa, el consumidor y recursos humanos [...]



Merchandising

Teoría, práctica y estrategia

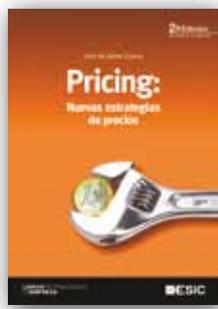
Ricardo Palomares Borja

El complejo mundo de la distribución comercial plantea cada día nuevos retos que requieren respuestas basadas en nuevos planteamientos de actuación, diseñados para resolver eficazmente la gestión del marketing en el proceso de distribución de los bienes y servicios que las empresas comercializan mediante la gestión estratégica del merchandising.



PVP 22 €
356 pág.
2ª EDICIÓN

- Introducción al merchandising
- Gestión del surtido
- La arquitectura del establecimiento comercial [...]



Pricing:

Nuevas estrategias de precios

José de Jaime Eslava

Las nuevas estrategias de precios o pricing analizadas en el contexto de su integración con las demás estrategias de marketing se orientan a la consecución del valor en cada uno de los elementos de la gestión avanzada de clientes, con ello conseguiremos clientes rentables a precios rentables.



PVP 20 €
402 pág.
2ª EDICIÓN

- Se levanta el telón: confidencias del autor
- Hablan los compradores
- Habla la tienda
- Hablan los vendedores
- Habla el coordinador
- Despedida [...]



Marketing y Cosmética

Mencía de Garcillán

El principal objetivo de esta obra es analizar cuáles son los factores internos y externos que mueven a los consumidores a comprar un determinado producto cosmético. Colores, formas, envases, slogans, valores culturales, modas, marcas tienen un significado muy especial dentro del mercado de la cosmética.



PVP 16 €
176 pág.
2ª EDICIÓN

- Situación actual del mercado
- Cosmética: patrones de consumo
- Tendencias de consumo
- Estrategias de marketing [...]



Métricas del marketing

Alejandro Domínguez Doncel
Silvia Hermo Gutiérrez

Este libro trata de arrojar luz sobre todas estas cuestiones. Trata de enseñar a medir, gestionar y mejorar el marketing, mostrando un camino que aproxima a las áreas financieras y a la dirección general con las personas dedicadas a ejecutar y controlar el marketing dentro de una organización.

- Métricas para la gestión del marketing
- La contribución del marketing
- Métricas de mercado y de cliente
- Métricas de valor de marca
- Métricas de distribución y ventas
- Métricas de producto y precio
- Métricas de publicidad y promoción [...]



PVP 19 €
240 pág.

2ª EDICIÓN



El plan de ventas

Gregorio Fernández-Balaguer
Javier Molina

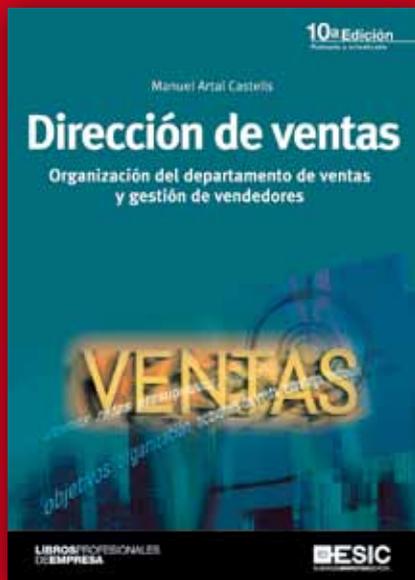
Es un libro que pretende ayudar a la confección y aplicación del plan de ventas. Conjugando los pensamientos de personajes conocidos y las reflexiones y aplicaciones prácticas fruto de la experiencia de los autores.



PVP 10 €
138 pág.

6ª EDICIÓN

- Relaciones entre marketing y ventas
- El plan de ventas
- Descripción de la situación actual
- Análisis de la situación
- Establecimiento de objetivos
- Estrategia de medios y valoración de objetivos
- Programas y presupuestos detallados
- Sistemas de información y control [...]



Dirección de ventas

Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores

Manuel Artal Castells

Trata con rigurosidad y acierto aspectos básicos de la dirección de ventas utilizando un estilo directo y entendible para todos. Por tanto, es un manual de referencia para directores de ventas, mandos intermedios, comerciales y alumnos de carreras universitarias comerciales.

- Concepto de la función "Dirección de Ventas"
- La organización de la estructura de ventas
- La organización de la comunicación interna en ventas [...]



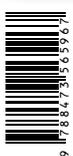
PVP 31 □
519 pág.
10ª EDICIÓN



En busca del vendedor ideal

Rafael Martínez-Vilanova Martínez

Mediante la representación de situaciones figuradas se perfilan las características del vendedor de éxito a través de la suma de los rasgos de los distintos profesionales que aparecen. También se establecen patrones que le servirán de guía en su trabajo.



PVP 14 □
100 pág.

- Qué hace a una persona mejor vendedora que a otra?
- Organizando el proyecto
- El vendedor número uno
- El vendedor número dos
- La vendedora número tres
- Un análisis previo
- El vendedor número cuatro
- La vendedora número cinco
- El vendedor número seis
- El vendedor número siete [...]



Principios de marketing

Águeda Esteban Talaya, J. García de Madariaga, Mª José Narros González, Cristina Olarte Pascual, Eva Reinares Lara y Manuela Saco

En esta obra se realiza un recorrido sobre la moderna concepción del marketing salpicado de ejemplos de la realidad actual de las empresas españolas.



PVP 35 □
816 pág.

4ª EDICIÓN

- I. Marketing: funciones y entorno
- II. Mercado y demanda en marketing
- III. Planificación e información en marketing
- IV. Producto
- V. Distribución comercial
- VI. Comunicación comercial
- VII. Organización de marketing
- VIII. Áreas de aplicación de marketing [...]



55 respuestas a preguntas clave en ventas

Lo que debe saber el líder de un equipo comercial

Félix Lareki Gamendia

La responsabilidad más importante de cualquier vendedor es mostrar a su posible cliente los beneficios —no siempre económicos— que reporta una determinada decisión de compra, aportando «valores» que justifiquen la misma.



PVP 16 □
270 pág.

2ª EDICIÓN

- Entender las razones de compra es acercarnos a los deseos del comprador
- Las necesidades del cliente y la generación de valor
- La aportación de "valor" como hecho diferencial en la relación
- Estrategias para generarlo
- Dejar de ofertar para negociar [...]



El comercial

Claves imprescindibles para triunfar en la venta

Josep Camps Morales

En la situación actual de inquietante incertidumbre económica, las compañías se ven obligadas a redefinir sus políticas empresariales para garantizar su supervivencia. Con un mercado en franca atonía y extremadamente maduro, hay que optimizar los recursos disponibles y dinamizar, especialmente, la política comercial.



PVP 16 □
170 pág.

- Introducción
- Parte I: Una realidad común
- El comercial y la venta
- Las cualidades del buen comercial
- La decisión
- Parte II: La empresa
- La búsqueda de trabajo
- El jefe [...]



+Ventas

Luis María García Bobadilla

Una guía práctica con sólidos fundamentos teóricos. Fruto de la experiencia de ventas del autor en el mercado nacional e internacional, trata sobre ventas de productos de gran consumo, con ideas y métodos aplicables también a la venta de productos y servicios de otros sectores. Útil tanto para el estudiante como para el profesional preocupado en su formación continua.



PVP 25 □
404 pág.

4ª EDICIÓN

- La función de ventas
- La negociación con los grupos de compra/plantillas comerciales
- Las etapas de la entrevista de ventas [...]



Dirección de la fuerza de ventas

Enrique C. Díez de Castro, Antonio Navarro García, Begoña Peral Peral

Este libro aborda, a través de un lenguaje sencillo, ameno y de una forma sistemática e integral, los diferentes aspectos incluidos en la gestión y dirección de ventas. Su objetivo es que sea de utilidad tanto en el ámbito profesional como académico.



PVP 35 □
464 pág.

- Organización de la fuerza de ventas
- El presupuesto de la fuerza de ventas
- Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas [...]



Formación de vendedores

Saber para vender

Jaime Rivera Camino y Victor Molero Ayala

Los autores presentan el modelo en que se debe basar la formación y el entrenamiento de los vendedores de cualquier compañía, entendiendo que de ello depende el mantenimiento o mejora de su posición competitiva. Incluye supuestos, ejercicios y propuestas de acción, tal cual deben integrarse en un programa de formación de vendedores.



PVP 18 □
315 pág.

- Primera parte: La educación: Concepto y bases fundamentales
- ¿Qué es aprender? Educación y Teorías de aprendizaje.- ¿Qué hace que aprendamos? [...]



Gestión de la clientela

La manera de conseguir y retener clientes rentables

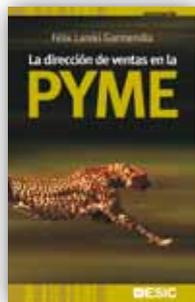
Rafael Martínez-Vilanova Martínez

Este libro es un manual práctico elaborado, a partir de la experiencia profesional del autor, para ayudar a las empresas a mejorar su gestión de la clientela. Nos referimos a sistemas de eficacia probada en las empresas para captar nuevos clientes y para fidelizar a los existentes.



PVP 16 □
196 pág.

- La fidelización de los clientes • La búsqueda de nuevos clientes y la recuperación de clientes perdidos [...]



La dirección de ventas en la PYME

Félix Lareki Garmendia

La escasez de recursos y la falta de tiempo en el día a día no eximen a las pequeñas y medianas empresas de la necesidad de crear un buen modelo de gestión comercial que maximice sus resultados en ventas.



PVP 17 □
326 pág.

- Reflexiones del autor • Definiendo el modelo de gestión comercial en una empresa PYME a través de los procesos de ventas • De la nada al pedido. Las diferentes fases del trabajo. El ciclo de ventas.-Fotografiar el mercado • La revisión de clientes y la regla de Pareto. Generando oportunidades [...]



La promoción de ventas

Variable clave del Marketing

Jaime Rivera Camino, Mª Dolores de Juan Vigaray

El objetivo de este libro es dar luz a temas tales como la organización de un departamento de promoción, los canales para promocionar o los tipos y técnicas de promoción, que se convierten en fundamentales para la empresa moderna.



PVP /15 □
208 pág.

2ª EDICIÓN

- Organización del departamento de promoción
- Planificación de las campañas de promoción
- Canales para promocionar • Tipos de promoción de ventas • Técnicas de promoción [...]



La venta relacional

Inés Küster Bowda

Esta obra intenta afianzar la convicción de la importancia de prestar una mayor atención a la fuerza de ventas de toda compañía, como medio para lograr una gestión comercial más eficiente.



PVP 16 □
216 pág.

- El marketing de relaciones • La venta relacional
- La lealtad y la satisfacción: objetivos básicos de la venta relacional • La calidad de servicio como estrategia competitiva • La gestión de la relación con el cliente
- Herramientas para una estrategia de ventas relacional [...]



Venta en tienda: Los clientes aconsejan

Manuel Artal Castells

En este libro se escuchan cuatro voces autorizadas para opinar sobre las relaciones entre los vendedores minoristas y su público.

Se analizan las investigaciones realizadas respecto a los requisitos para mejorar las ventas a través de la comunicación y el trato con los clientes.



PVP 10 □
184 pág.

- Hablan los compradores • Habla la tienda
- Hablan los vendedores • Habla el coordinador
- Despedida • Bibliografía



La gestión de la comunicación en el Tercer Sector

Cómo mejorar la imagen de las ONG

Montserrat Balas Lara

Para comprender mejor qué es el Tercer Sector a través del abordaje de cuestiones tales como el nivel de conocimiento del mismo; la imagen que proyecta a la sociedad y la gestión del marketing y la comunicación que realizan las organizaciones que lo componen.

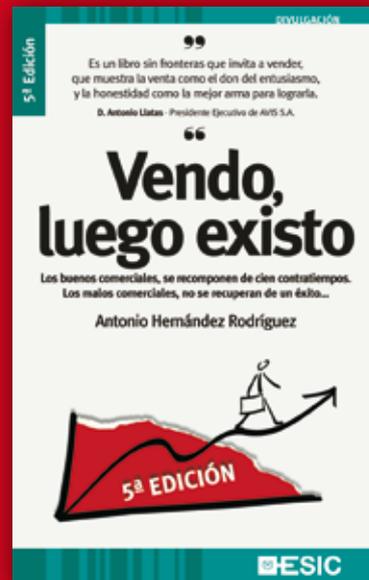


PVP 25 □
432 pág.



CONTIENE CD

- ¿Qué es el Tercer sector? • La función de marketing en el Tercer sector • El conocimiento y la imagen del Tercer sector • La gestión de la comunicación en el Tercer sector • Conclusiones [...]



Vendo, luego existo

Los buenos comerciales, se recomponen de cien contratiempos

Antonio Hernández Rodríguez

Este libro descubre que ser comercial es mucho más que una actividad profesional. Es una actitud, un estilo de vida donde se hace imprescindible nuestra capacidad para observar, escuchar, comunicarnos y aprender, para desarrollarnos de manera continua.

- El buen paño en el arca no se vende
- El comercial con el único importante: el cliente
- El comercial y sus circunstancias: la organización • Vamos a por hoy [...]



PVP 10,00 □
120 pág.

5ª EDICIÓN



Nuevas tendencias en comunicación

Coordinadores: Joaquín Sánchez Herrera y Teresa Pintado Blanco

La comunicación está experimentando los cambios más rápidos y drásticos. La fragmentación de medios y soportes de comunicación, la aparición de nuevas tecnologías y los cambios en el comportamiento del consumidor hacen que sea necesario actualizar su contexto, y exponer las tendencias más importantes.



PVP 20 □
340 pág.

2ª EDICIÓN

- Comunicación 360º • Comunicación Online • Técnicas de comunicación en la Web 2.0 • Comunicación viral y buzz marketing [...]



Imagen Corporativa

Influencia en la gestión empresarial

Joaquín Sánchez Herrera
Teresa Pintado Blanco

Por su estructura y planteamiento este novedoso manual se adapta a nuestra realidad empresarial en esta disciplina fundamental dentro de las organizaciones, con casos como el de Apple, Spanair, Bancaj, BBVA, RTVE y Coca Cola.

- La importancia de la imagen en las empresas
- Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa
- Auditoría y estrategia de imagen
- Cultura corporativa [...]



PVP 32 □
334 pág.



Comunicación total

Ángel Luis Cervera Fantoni

La presente obra demuestra que cada día más, la comunicación empresarial, integra las diversas perspectivas de comunicadores, publicitarios, periodistas, expertos en marketing, consultores, creativos etc. Por esta razón, sus responsables deberán entender, liderar, compartir, pero sobre todo, deberán saber comunicar.



PVP 24 □
468 pág.

4ª EDICIÓN

- La dirección de comunicación
- Ética, cultura y valores
- Identidad & imagen corporativa
- Publicidad y comunicación
- E-comunicación
- Eventos y RR.PP.
- Lobbies [...]



Comunicación y negociación comercial

Fernando de Manuel Dasí
Rafael Martínez-Vilanova

El lector encontrará en este libro las bases de la comunicación y negociación. Todo ello desde un enfoque práctico, pero sin abandonar el rigor de una base sólida.



PVP 21 □
278 pág.

3ª EDICIÓN

- Comunicación interpersonal
- La escucha eficaz y activa
- Comunicación interna y externa de la empresa
- Otros medios de comunicación empresarial
- La negociación empresarial y comercial
- Psicología y comunicación
- El individuo frente a la comunicación [...]



Creatividad publicitaria eficaz

Carlos Navarro Gutiérrez

El siempre apasionante mundo de las ideas publicitarias diseccionado como nunca bajo la óptica de su eficacia. ¿Qué técnicas emplean los creativos para enamorar a las audiencias? ¿Qué es key visual? ¿Por qué y cuándo usar los eslóganes en una marca? ¿Cómo servirse de los estereotipos para captar la atención?



PVP 21 □
322 pág.

3ª EDICIÓN

- ¿Y valgo yo para creativo?
- Anuncios que enamoren
- La creatividad empieza por el cliente
- Creatividad visual y verbal: dirección de arte y copy [...]



Estimado lector

Óscar Bilbao

Este libro, además de ser el primero escrito en español dedicado en exclusiva a este tema, pretende ser una guía completa para todo aquel que pretenda convertir sus cartas y correos electrónicos en un eficaz instrumento de relación y de venta.



PVP 12 □
244 pág.

- Antes de abrir el word
- Del sobre depende que tu carta sea carta
- Autopsia a una carta
- Todas las palabras están en el diccionario
- Cyrano escribía pero el comandante tampoco era un cardo
- Esas cartas que se llaman e-mail [...]



Publicidad on line

Las claves del éxito en Internet

R. Ordozgoiti de la Rica,
D. Rodríguez del Pino,
A. Olmos Hurtado,
J.A. Miranda Villalón

A principios de 2010, Internet se ha convertido en el tercer medio publicitario en España, lo que ha llevado a que el flujo de la inversión publicitaria hacia medios digitales crezca entre un 25-30% anualmente. Un repaso a todo lo que hay que conocer sobre la publicidad digital.



PVP 19 □
201 pág.

- El viento sopla on-line
- e-Marketing
- Etapas en la creación de una campaña publicitaria
- Formatos
- Líneas creativas
- Plataformas
- Medios [...]



Identidad Corporativa

Claves de la comunicación empresarial

Miguel A. Sanz González
Mª Ángeles González Lobo

Este trabajo pretende dar una visión global del fenómeno comunicativo empresarial, presentando las bases que deberían sustentar la actividad comunicativa de las empresas.



PVP 16 □
268 pág.

- Fundamentos culturales de la comunicación
- Algunas reflexiones sobre la Identidad [...]



El Libro del Comercio Electrónico

Eduardo Liberos
Rafael García del Poyo
Juan Gil Rabadán
Juan Antonio Merino
Ignacio Somalo

Una visión práctica para poner en marcha iniciativas de comercio electrónico con éxito, desde la estrategia de una empresa de venta on line, comunicación digital, captación y fidelización de clientes, hasta financiación, medios de pago on line y aspectos legales.



PVP 25 □
395 pág.

2ª EDICIÓN

- ¿Qué es comercio electrónico?
- Análisis de la situación actual del comercio electrónico [...]



Imagen de marca

Rafael Ordozgoiti
Ignacio Pérez

Este libro explica cómo se desarrollan las percepciones, las imágenes de marca sobre productos, servicios, empresas e instituciones. Lo hacen en base a ejemplos reales, muchos de ellos conocidos desde «la trinchera», vividos por los autores en directo a lo largo de su carrera profesional.



PVP 25 €
216 pág.

- Mercado y entorno • Estructura de mercado y motivaciones de compra • Segmentación • Investigación de mercado • Posicionamiento • Marketing mix • Promoción y ventas [...]



La otra comunicación

Comunicación no verbal
Andrés Mínguez Vela

Este manual habla sobre “la otra comunicación”, aquella que es olvidada por profesores, conferenciantes y formadores en general. Tiene como objetivo acercar una serie de conceptos que conviven con nosotros día a día, aunque no reparamos en ellos.



PVP 13 €
126 pág.

- Capítulo I: El lenguaje corporal y la comunicación no verbal • Capítulo II: La comunicación no verbal • Capítulo III: La comunicación informal: el rumor • Capítulo IV: Conclusiones [...]



Los cien errores en la comunicación de las organizaciones

Luis Arroyo y Magali Yus

Cientos de casos, ejemplos, anécdotas y consejos sobre las mejores prácticas en la comunicación corporativa y las relaciones públicas, en todas sus áreas: relaciones con los medios de comunicación, de crisis, comunicación interna, oratoria y telegenia...



PVP 17 €
345 pág.
4ª EDICIÓN

- Periodistas • Crisis • Inversores • Gobiernos • Eventos y protocolo • Empleados • Investigación y evaluación • Telegenia y oratoria • Los errores fatales, los errores estratégicos [...]



La comunicación en el punto de venta

Estrategias de Comunicación en el comercio Real y Online

Inmaculada José Martínez Martínez

El punto de venta, tanto el real como el virtual, no es sólo un espacio donde adquirir productos, es el ámbito donde confluyen los intereses del comerciante y donde se crean impresiones y percepciones de los usuarios-consumidores que determinan la eficacia y la rentabilidad comercial.



PVP 16 €
238 pág.

- Marco conceptual de la comunicación en el punto de venta • Topología y elementos del merchandising [...]



Las claves de la publicidad

Mariola García Uceda

Se acerca a la publicidad desde una doble perspectiva, por una parte, se analiza ésta desde el punto de vista de la empresa anunciante, y por otra, desde la agencia de publicidad.



PVP 26 €
480 pág.
7ª EDICIÓN

- La publicidad en el marketing • Tipología general de la publicidad • El emisor de la comunicación publicitaria • La agencia de publicidad • El receptor de la comunicación publicitaria • Planificación estratégica • Información básica briefing [...]



Manual de planificación de medios

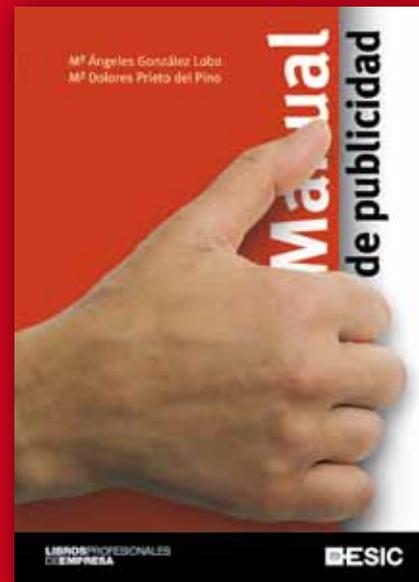
Mª Ángeles González Lobo y Enrique Carrero López

El presente “Manual de Planificación de Medios”, describe el panorama de los medios aquí y ahora y es, por lo tanto, inmediata y directamente aplicable a la situación publicitaria española actual.



PVP 38 €
560 pág.
5ª EDICIÓN
CONTIENE CD

- I. Parte: Los cuatro parámetros de planificación • Los Medios publicitarios • La oferta de medios en España • Fuentes de información • Estructura interna de los soportes • Cómo se hace un plan de medios. II. Parte: Casos prácticos: Planificación multimedia [...]



Manual de Publicidad

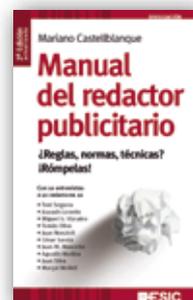
Mª Ángeles González Lobo
Mª Dolores Prieto del Pino

Más de dos décadas de dedicación a la práctica profesional, investigación y docencia en el campo de la publicidad quedan plasmadas en el contenido de esta obra. Un recorrido por toda la actividad de la publicidad y otras afines a ella.

- Módulo 1. Conceptos fundamentales • Módulo 2. Significado económico y jurídico de la publicidad • Módulo 3. El proceso publicitario [...]



PVP 25 €
350 pág.



Manual del redactor publicitario

¿Reglas, normas, técnicas? ¡Rómpelas!

Mariano Castellblanque

Este libro es fruto de años de investigación y de amplia experiencia como copywriter profesional. Examina la figura del redactor publicitario y analiza los elementos clave para conseguir anuncios de verdadero éxito.



PVP 15 €
312 pág.
2ª EDICIÓN

- El redactor publicitario: qué es y qué hace • Elementos clave de la redacción publicitaria • Crear + innovar: el reto permanente del ser humano [...]



Relaciones públicas

La eficacia de la influencia

Octavio Isaac Rojas Orduña

Este libro pretende ser un texto de consulta para aquellos que aspiran a incorporarse al mundo de las relaciones públicas. Es una ayuda para quienes, sin tener estudios especializados en comunicación, necesitan saber cómo dirigirse adecuadamente a su público.

- La profesión de las relaciones públicas, una introducción
- Las relaciones públicas: un sector en auge
- El papel de las relaciones públicas en las organizaciones [...]



PVP 22 □
400 pág.
2ª EDICIÓN



Marketing y publicidad subliminal

Jaime Rivera Camino
Lucía Sutil Martín

¿Es verdaderamente posible manipular a una persona con mensajes ocultos que no sabe que ha recibido? En otras palabras: ¿funciona la publicidad subliminal, o no es más que una leyenda negra, atribuida al gremio de los creativos publicitarios?



PVP 19 □
186 pág.

CONTIENE CD

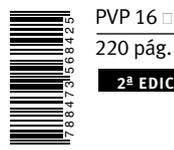
- Procesos de compra de marketing
- Las necesidades, publicidad y percepción subliminal
- Naturaleza de los estímulos subliminales
- Creación de mensajes subliminales
- Bases científicas de la estimulación subliminal
- Aplicaciones posibles en diversas áreas [...]



Análítica web

Medir para triunfar
Sergio Maldonado

El lector podrá encontrar en las páginas de "Análítica Web..." una útil relación de soluciones para la racionalización de inversiones en marketing online, el mejor conocimiento del cliente (o Customer Intelligence) y la optimización del canal web, todo ello expuesto de una forma amena y accesible.



PVP 16 □
220 pág.

2ª EDICIÓN

- ¿Para quién es este libro?
- ¿Qué es la Análítica web?
- Incorporando Análítica Web a tu organización
- Análítica Web para la optimización de campañas
- Inteligencia de clientes ("Customer Intelligence")
- Análítica Web para al optimización del canal web [...]

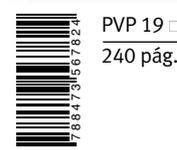


Big Brother is Dead

El día que el consumidor hizo callar a las marcas

Javier Regueira

¿Qué relación tenemos los ciudadanos de a pie con la publicidad y las marcas? ¿Las amamos o las odiamos? Prologado por el siempre polémico Risto Mejide, esboza estrategias prácticas para recuperar la confianza del consumidor y cultivar su fidelidad.



PVP 19 □
240 pág.

- Big Brother is Dead
- Deja de gritarme
- El fin de la era Melrose Place
- Hombres grises, marcas zombie
- Amar viene primero. Ser amado después
- Un golpe de estado en curso
- Aprender esperanto
- Primero dame de qué hablar
- Empezar de nuevo: R.P.M
- Red (1/3)
- Paciencia (2/3)
- mensaje (3/3) Brother [...]

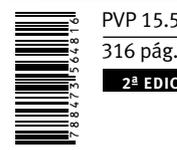


Blogs

Octavio I. Rojas · Julio Alonso · José Luis Antúnez · José Luis Orihuela · Juan Varela

La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos.

¿Qué es un Blog? ¿Qué diferencias hay entre una bitácora y una página web tradicional? ¿Se trata de diarios personales o de poderosos medios que influyen en el ámbito social, político y empresarial?



PVP 15.50 □
316 pág.

2ª EDICIÓN

- Weblogs y blogosfera: el medio y la comunidad
- El impacto de la aparición de los gestores de contenidos (CMS) en el despegue del fenómeno blog [...]

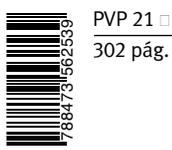


Comercio electrónico:

Un mercado en expansión

María Luisa Solé Moro

El objetivo de este libro es que el lector disponga de un manual para despejar ciertas dudas respecto al comercio electrónico. Contiene un glosario que le permitirá consultar términos anglosajones y castellanos relacionados con el sector telemático.



PVP 21 □
302 pág.

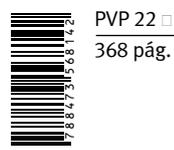
- Entendamos internet
- Aplicaciones de las nuevas tecnologías
- Mercado electrónico y oportunidades de negocio
- Conceptos clave de un proyecto de comercio electrónico
- El perfil del ciberconsumidor [...]



Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa

Carmen de Pablos y otros

Una profunda reflexión sobre el impacto y la importancia que los sistemas de información tienen en el entorno empresarial desde una perspectiva práctica y a la vez académica, adaptada a las nuevas necesidades del Espacio Europeo de Educación Superior.



PVP 22 □
368 pág.

- El sistema de información y la información
- Tecnologías de la información y de las comunicaciones [...]

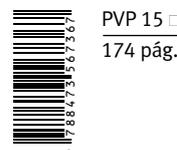


El parche del Príncipe

y otros cuentos de la comunicación

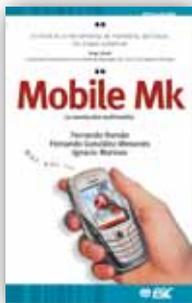
Carlos Chaguaceda

Este libro explica de manera amena y con datos curiosos cómo funcionan los medios, cómo crea un periodista las noticias y cuál es la fórmula de éxito para una campaña de comunicación. Cómo los factores que conducen al éxito o al fracaso están tan próximos que, en ocasiones, se confunden.



PVP 15 □
174 pág.

- El parche del Príncipe
- Conspiraciones y estorninos
- El curioso mercado de la comunicación
- La fórmula de la noticiabilidad
- Epílogo.



Mobile Mk

Fernando Román
Fernando González-
Mesones
Ignacio Marinas

¿Le gusta ser innovador en sus estrategias de Marketing?
¿Quiere adelantarse a su competencia en materia de comunicación?
¿Desea crear campañas rentables?
El Mobile Marketing puede ser la herramienta más eficaz de apoyo a su plan de marketing.

PVP 9,50 €
150 pág.



• La revolución del Mobile Mk • Qué puede usted esperar de sus campañas de Mobile Mk • Pasos para crear una campaña de Mobile Mk • Cómo generar bases de datos [...]



SEO Cómo triunfar en buscadores

Miguel Orense Fuentes
Octavio Isaac Rojas
Orduña

Millones de usuarios usan los buscadores a diario y millones de webs luchan por conseguir los primeros lugares. Las técnicas SEO son una gran ayuda para los que pretenden que sus contenidos tengan posiciones relevantes en la red.

PVP 20 €
332 pág.

2ª EDICIÓN



• El origen de los buscadores. Funcionamiento de los motores de búsqueda y sus tecnologías • Aproximación al marketing y al posicionamiento web en buscadores • Metodología de campaña y técnicas de optimización SEO [...]



Supermercados.com Marketing para los supermercados virtuales

Miryam Martínez
Roberto Fernández
Manuela Saco

La presente obra trata de dar respuesta a esas preguntas partiendo del análisis del comportamiento de los distintos supermercados e hipermercados que operan en España, en relación con el comercio electrónico.

PVP 19 €
210 pág.



• Herramientas de Internet relevantes para el marketing • Marketing mix interactivo • El producto en Internet • La fijación del precio en la • Comunicación interactiva • Formas publicitarias en Internet • Estrategias publicitarias en Internet [...]



Web 2.0

Manual (no oficial)
de uso

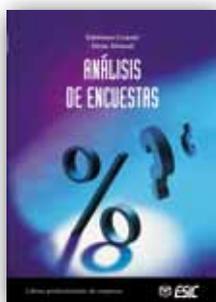
Octavio Isaac Rojas
Orduña
José Luis Antúnez
José Antonio Gelado
José Antonio del Moral
Roger Casas-Alatríste

Llega el nuevo poder que los usuarios alcanzan gracias a las aplicaciones que utilizan en la Web 2.0. "Una guía imprescindible para todos aquellos que quieren pasar a formar parte de las "multitudes inteligentes".

PVP 16 €
326 pág.



• Redes sociales y wikis • Cómo crear y optimizar un blog • Agregadores • Cómo producir un podcast • Videoblogs [...]



Análisis de encuestas

Elena Abascal Fernández
Ildefonso Grande
Esteban

El libro muestra el análisis paso a paso de una encuesta real. Para realizar el análisis se ha empleado el paquete SPAD, muy superior a otros paquetes estadísticos de análisis multivariantes, ya que puede tratar variables categóricas describiendo, a quienes responden las encuestas según sus características personales.

PVP 21 €
292 pág.



• La encuesta: concepto, características y utilidad • El cuestionario • Del cuestionario a la base de datos [...]



Casos de éxito de las empresas murcianas

José Luis Munuera
Alemán (Coordinador)

En un intento de acercar la empresa y la universidad, esta obra analiza 30 empresas murcianas que han mantenido un crecimiento sostenido durante los últimos años gracias a la obtención de una ventaja frente a sus competidores.

PVP 25 €
434 pág.



Organización, Calidad y Recursos Humanos
• Tecnologías de Información y Comunicación
• Dirección de Marketing • Estrategia y Plan de Marketing • Dirección Financiera y Contabilidad
• Dirección Estratégica y Política de Empresas [...]



Marketing directo e interactivo

Campañas efectivas con
sus clientes

Josep Alet

Profundiza en las bases necesarias para el éxito, como guía útil de cómo captar y cultivar clientes con campañas eficaces, a medida de sus necesidades. Aporta, como novedad, los cambios del entorno en medios, tecnología y comportamiento del consumidor, con ejemplos de máxima actualidad.

• Introducción y contexto • Marketing directo e interactivo, con el cliente, al poder • Estrategia y marketing directo [...]



PVP 25 €
486 pág.

2ª EDICIÓN



Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial

Vidal Díaz de Rada

La finalidad del libro es sobre la importancia del cuestionario en las investigaciones con encuestas, motivados fundamentalmente por la elevada utilización en nuestro país de esta técnica de recogida de información.

PVP 15 €
174 pág.



CONTIENE
DISKETTE

• Clarificación conceptual y terminología • Esquema secuencial para la elaboración de la encuesta y cuestionario • La elaboración y diseño del cuestionario • La codificación del cuestionario • Pretest [...]



Cualitativa-mente

Los secretos de la investigación cualitativa

Pepe Martínez

Los estudios de investigación nos abren las puertas del mundo interno de los jóvenes, de las familias, de la tercera edad. Nos introducen en los secretos del consumo de cerveza dentro del hogar. Nos descubren la fórmula de la felicidad. Y nos muestran muchos ejemplos más de múltiples fenómenos psicológicos y sociológicos relacionados con el consumo de marcas, productos y servicios.

• Novedades en cualitativo: ¿Conecta el plan de medios de mi marca eficazmente con el comprador? [...]



PVP 24 □
342 pág.



Fundamentos y técnicas de investigación comercial

Ildefonso Grande
Elena Abascal

El objetivo de este libro es exponer las distintas técnicas cualitativas y cuantitativas, así como los sistemas de información que son habituales en la disciplina de investigación comercial. Concepto y planificación de la investigación comercial.



PVP 33 □
436 pág.

11ª EDICIÓN



CONTIENE CD

- Fuentes de información cualitativas y cuantitativas
- Experimentación y diseño de experimentos
- Diseño de cuestionarios
- Medición y escalas
- El muestreo
- El análisis de la información [...]



Investigación comercial

Gemma García Ferrer

Este libro pretende ser una guía útil para aquellos alumnos que cursan asignaturas de Investigación Comercial. Su estructura es sencilla, buscando ante todo, una finalidad didáctica.



PVP 18 □
210 pág.

2ª EDICIÓN

- Concepto y aplicación de la investigación comercial
- El diseño de la investigación
- Investigación exploratoria: procedimientos de investigación cualitativa
- La encuesta
- El cuestionario
- El muestreo [...]



Grupos de discusión

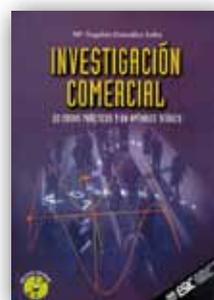
Ramón Llopis Goig

Este es un libro que ofrece una visión completa del proceso de realización de una investigación mediante grupos de discusión. Con una terminología clara y concisa, introduce al lector en los aspectos clave para la planificación, realización y análisis de los resultados de un estudio elaborado con esta técnica.



PVP 18 □
248 pág.

- El grupo de discusión como técnica de investigación
- Planificación básica y diseño de un estudio cualitativo con grupos de discusión
- El moderador
- El análisis de datos
- La realización del informe y la presentación de resultados [...]



Investigación comercial

22 casos prácticos

Mª Ángeles González Lobo

Los casos que se exponen en este libro, constituyen una selección muy rica, un buen surtido de ejemplos de todo tipo. Lo atractivo de los casos es que no son piezas de investigación aisladas, sino partes de un proceso.



PVP 37 □
448 pág.

CONTIENE CD

- Clasificación socioeconómica de la población española
- Influencias de la estructura familiar en el consumo y el equipamiento del hogar
- Movilidad de la población de una ciudad española de tamaño medio: Zaragoza [...]



Investigación cualitativa

Juan Báez y Pérez de Tudela

La metodología cualitativa es una profunda desconocida en los manuales de investigación comercial, el autor resalta el valor de lo cualitativo como instrumento indispensable para asistir a las organizaciones en la toma de decisiones.



PVP 25 □
400 pág.

2ª EDICIÓN

- El contexto
- Introducción a la investigación comercial cualitativa
- Evolución de la investigación cualitativa
- Método y ciencia
- Las técnicas
- La entrevista
- El grupo
- Observación, pseudo compra y compra misteriosa
- Otras técnicas cualitativas [...]



Introducción a la investigación de mercados

María Jesús Merino Sanz

La investigación de mercados es una pieza clave para la gestión empresarial. Permite entender los mercados, conocer a los consumidores, contrastar ideas y controlar resultados. En este manual se explica de una manera clara y ordenada los conceptos teóricos y las herramientas necesarias para llevar a cabo la investigación de mercados.



PVP 19 □
214 pág.

- ¿Qué es la investigación de mercados?
- Investigación exploratoria
- Investigación descriptiva
- El cuestionario
- Muestreo y trabajo de campo [...]



Temas de investigación de medios publicitarios

J. Enrique Bigné

Este libro contribuye a difundir los frutos de la investigación que, desde la Universidad y las empresas, se está llevando a cabo para conseguir una planificación de medios más eficaz.



PVP 18 □
212 pág.

- El análisis de la inversión publicitaria en España en la estrategia de planificación de medios
- Analizando y planificando en televisión con los datos del futuro
- Evaluación empírica de los modelos de cobertura publicitaria en planes multisporte [...]



Comportamiento del consumidor ecológico

Elena Fraj
Eva Martínez Salinas

El propósito que persigue este libro es el de analizar las variables que definen el perfil de dicho consumidor y que explican su comportamiento ecológico.



PVP 19 €
268 pág.

- Situación ambiental en España • Estrategia comercial ecológica de las empresas • Comportamiento ecológico del consumidor • Estudio de mercado sobre comportamiento ecológico del consumidor [...]



Comportamiento del consumidor

Javier Alonso Rivas
Ildelfonso Grande Esteban

La línea argumental de este libro se basa en la formulación de conceptos, planteamiento de interrogantes, discusión de soluciones, incorporación de aportaciones ajenas, etc. Se pretende desarrollar el conocimiento de los consumidores. En definitiva, pensar y hacer pensar.



PVP 30 €
509 pág.



- El estudio del comportamiento del consumidor • Entorno e influencias externas • Análisis de estructuras internas • El proceso de decisión • Estrategia, nuevas tecnologías, investigación y ética [...]



Conducta del consumidor
Estrategias y políticas aplicadas al marketing

Jaime Rivera Camino
Rolando Arellano Cueva
Victor Molero Ayala

Esta obra incluye historias introductorias para mostrar la aplicación de los conceptos en la vida diaria; también se han usado ejemplos relacionados con los contenidos de cada tema.



PVP 25 €
410 pág.

3ª EDICIÓN

- Estudio del comportamiento del consumidor • Influencia de los factores internos en el consumidor • Influencia de los factores externos en el consumidor • Conocimiento del consumidor • Tendencias en el comportamiento del consumidor [...]



Conducta real del consumidor y marketing efectivo

Ildelfonso Grande Esteban

Este libro proporciona conceptos y estrategias para tomar decisiones efectivas en materia de producto, precio, distribución y comunicación. Se basa en la conducta y reacciones reales observadas en los consumidores, atendiendo a su edad, género y nivel socioeconómico.



PVP 30 €
476 pág.



- Conceptos básicos sobre la conducta del consumidor • Conducta del consumidor, producto y marca • Conducta del consumidor y precio • Conducta del consumidor y distribución [...]



Consumidor, clientela y distribución para la economía del futuro

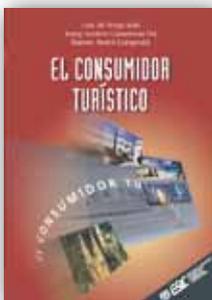
Francisco Abascal Rojas

La presente obra pretende ser una guía orientada a la ayuda y al aprendizaje, abordando el contraste de experiencias de consumidores, clientes, proveedores y distribuidores.



PVP 22 €
324 pág.

- El marketing en el modelo de empresa comercial ante la nueva economía • El consumismo como movimiento para remedio de las necesidades del consumidor • Identificación del consumidor-cliente: su comportamiento • La fidelidad del cliente [...]



El consumidor turístico

Luis de Borja Solé
Josep Andreu Casanovas
Pla

Ramón Bosch Camprubí

En este libro, el autor pretende describir de una forma clara y sencilla, a la vez que rigurosa y científica, los mecanismos que influyen en la decisión de compra del consumidor turístico.



PVP 15 €
208 pág.

- La actividad turística • El producto turístico • El consumidor turístico: las influencias del entorno • El consumidor turístico: las influencias personales • Las actitudes del consumidor turístico • Estrategias de marketing para productos turísticos [...]



Comportamientos de compra del consumidor 29 casos reales

Salvador Ruiz de Maya
Ildelfonso Grande Esteban

Este libro ofrece casos reales de comportamiento del consumidor de bienes y servicios de empresa de muy diversa naturaleza. Todos los casos han sido preparados por verdaderos especialistas que aúnan la más alta cualificación universitaria y una sólida experiencia profesional.

- Las necesidades del consumidor • El procesamiento de la información y las percepciones del consumidor • Conocimiento y memoria del consumidor • Personalidad y estilos de vida (...)



PVP 22 €
390 pág.



El consumo de la tercera edad

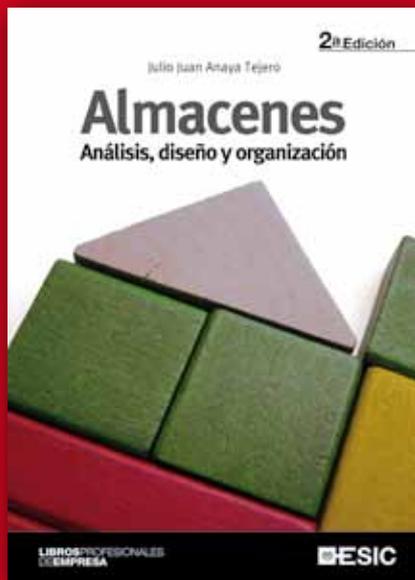
Ildelfonso Grande Esteban

El consumo de la tercera edad es el resultado de una investigación basada en la información proporcionada por la encuesta continua de presupuestos familiares que elabora el Instituto Nacional de Estadística de España. En esta investigación se analiza el gasto de todos los bienes y servicios contenidos en ella.



PVP 17 €
224 pág.

- Compromiso del consumidor y segmentación de mercados • El consumo de la tercera edad. Metodología y Análisis • El consumo de la tercera edad. Análisis del gasto y segmentación del mercado de los mayores [...]



Almacenes

Análisis, diseño y organización

Julio Juan Anaya Tejero

Proporciona la información necesaria para una evaluación apropiada de la situación de un almacén, su diseño y organización. Incluye una serie de ejemplos prácticos que ayudan a comprender los conceptos expuestos.

- El concepto moderno de almacén
- Análisis previos de los productos almacenados
- Técnicas de manutención y almacenaje
- Estructura y capacidad de almacenaje
- Procesos operativos
- Costos de almacenaje y manipulación
- La ubicación física de los productos
- Organización de los procesos
- Tratamiento de pedidos en el almacén. (...)



PVP 19 □

242 pág.

2ª EDICIÓN



El consumo de servicios culturales

Manuel Cuadrado García
Gloria Berenguer Contrí

Este libro pretende cubrir un hueco existente en la literatura respecto a un sector que en los últimos años ha incrementado el interés tanto de investigadores como de profesionales y responsables de gestión del ámbito cultural (cines, teatros, museos, casas de cultura, etc.).



PVP 12 □

122 pág.

- El sector cultural: delimitación y contenido
- Las entidades de servicios culturales
- El estudio del comportamiento del consumidor de servicios culturales
- El estudio del consumidor cultural desde la gestión
- El consumo cultural en España: principales fuentes [...]



Los consumidores del siglo XXI

Mª Luisa Solé Moro

Este libro trata de proporcionar una visión amplia de los principales aspectos que afectan al comportamiento del consumidor, así como de las técnicas que se emplean para estudiarlo y para adaptar posteriormente las conclusiones halladas en la práctica profesional del marketing.

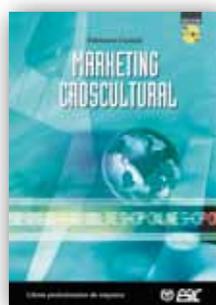


PVP 15 □

224 pág.

2ª EDICIÓN

- Introducción al estudio del comportamiento del consumidor
- Modelo de comportamiento y segmentación
- Condicionantes internos: dimensión psicológica del proceso de compra
- Condicionantes externos: la influencia del entorno del consumidor
- El proceso de decisión de compra
- La investigación comercial [...]



Marketing crosscultural

Ildelfonso Grande Esteban

El comportamiento del consumidor en el mundo es muy dispar, según el país o cultura donde se encuentre.

Colores, formas, símbolos o signos tienen diferentes interpretaciones en entornos culturales diferentes. Productos exitosos en una cultura, fracasan en otra.



PVP 24 □

312 pág.



CONTIENE CD

- Cultura: concepto y dimensiones
- Cultura y comportamiento del consumidor
- Cultura y estrategias de marketing
- Referencias [...]



Distribución comercial

Salvador Miquel,
Francisca Parra,
Christian Lhemie,
Mª José Miquel

En la vida moderna, el comercio realiza la función del intermediario entre los sectores de distribución y consumo. Para que los productos lleguen desde su origen al destino es necesario que aparezca lo que se denomina la "Distribución Comercial" cuyos logros se realizan por medio de canales de comercialización.

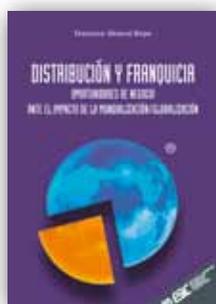


PVP 24 □

482 pág.

6ª EDICIÓN

- La distribución comercial y su papel en la economía y en la realidad
- Análisis descriptivo de los canales de distribución
- Comercio asociado [...]



Distribución y franquicia

Oportunidades de negocio ante el impacto de la mundialización/globalización

Francisco Abascal Rojas

Este libro procura asesorar a emprendedores y profesionales sobre distribución y franquicia, a través de los medios convencionales y las nuevas tecnologías.



PVP 24 □

348 pág.

- Introducción: Hacia un nuevo orden mundial
- La globalización
- La distribución comercial en España
- Diversidad de tipos de comercio
- La problemática de la localización geográfica [...]



El transporte de mercancías

Enfoque logístico de la distribución

Julio Juan Anaya Tejero

El tema del transporte por su naturaleza es uno de los conceptos más poliédricos dentro de la logística de distribución, ya que aglutina una serie de aspectos de carácter reglamentario o normativo, técnico, comercial, económico y logístico.



PVP 20 □

178 pág.

- 1ª Parte: Aspectos generales del transporte de mercancías
- Introducción
- El transporte por carretera
- Aspectos generales
- El transporte de mercancías por ferrocarril
- Transporte marítimo y aéreo [...]



Protocolo empresarial

Una estrategia de marketing

Javier Maqueda Lafuente

En el juego de las relaciones comerciales, el protocolo es primordial. Sus normas y reglas deben seguirse para alcanzar las metas y objetivos. Algo fundamental en las relaciones, es hablar en público y aquí se exponen las técnicas fundamentales para, por medio de la comunicación, conseguir influir y persuadir.



PVP 24,04 □

361 pág.

- El protocolo y el marketing
- Marketing, protocolo y calidad total
- Usos sociales. El saber estar y los buenos modales
- Hablar en público [...]



Marcas líderes y distribuidores

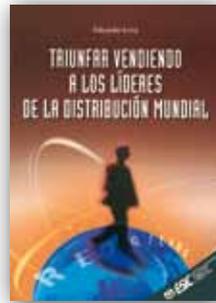
José María Vilas

Propone métodos efectivos para aprender a impulsar el negocio en el sector del gran consumo, mediante la colaboración entre los proveedores y las empresas en retail. Para quienes trabajan —o quieran hacerlo— en el sector del gran consumo de España. Su filosofía es muy clara: en lugar de negociar con acidez el reparto de la tarta, prefiere hacerla crecer, para luego compartirla.



PVP 50 €
731 pág.

- Introducción • La distribución en España
- Organizaciones de distribuidores y de compañías de gran consumo [...]



Triunfar vendiendo a los líderes de la distribución mundial

Eduardo Liria

Con esta obra el autor quiere ofrecer un análisis del desarrollo internacional de la distribución y las tendencias de futuro. Está lleno de información muy valiosa y difícil de encontrar. Pero sobre todo es un libro de consulta, para conocer los mercados más importantes del mundo.



PVP 18 €
270 pág.

- La globalización de la distribución • La distribución internacional • Análisis de la distribución en EE.UU.
- Wal Mart el líder mundial de la distribución
- El panorama europeo de la distribución [...]



Innovación y mejora de procesos logísticos

Análisis, diagnóstico e implantación de sistemas logísticos

Julio Juan Anaya Tejero
Sonia Polanco Martín

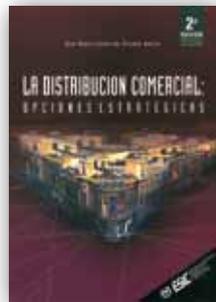
El objetivo de esta publicación es transmitir una experiencia vivida durante muchos años en el campo del análisis, diagnóstico y desarrollo de nuevos proyectos logísticos, tendentes a mejorar la situación de las empresas.



PVP 21 €
228 pág.

2ª EDICIÓN

- La complejidad del entorno empresarial • La cadena de suministro y la cadena logística • El papel de la informática en el desarrollo logístico de la empresa
- La excelencia logística [...]



La distribución comercial

Opciones estratégicas

J.M.º Sainz de Vicuña Ancín

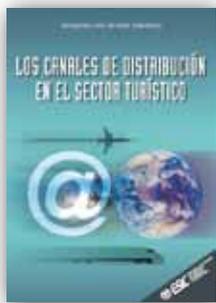
Manual imprescindible para comprender la distribución y sus estrategias de futuro, presenta ejemplos reales de las principales empresas de distribución y sus estrategias de futuro.



PVP 26 €
496 pág.

2ª EDICIÓN

- Tipologías de comercio (I y II) • Procesos de cambio en el comercio detallista • Evolución y tendencias
- Los protagonistas del sector • La Administración
- Comercio tradicional • Empresas de distribución
- Proveedores [...]



Los canales de distribución en el sector turístico

Benjamín del Alcázar Martínez

El presente libro analiza una de las variables de marketing de mayor trascendencia en los últimos años para la competitividad de las empresas turísticas ante este nuevo escenario, la distribución comercial.



PVP 18 €
300 pág.

- La distribución comercial en el sector turístico
- Estructura de la distribución comercial en el sector turístico
- La distribución comercial ante los cambios en el sector turístico
- Las nuevas tecnologías y la distribución turística [...]



El rapto del tiempo

Experimentos, curiosidades y fantasías sobre la gestión de esperas

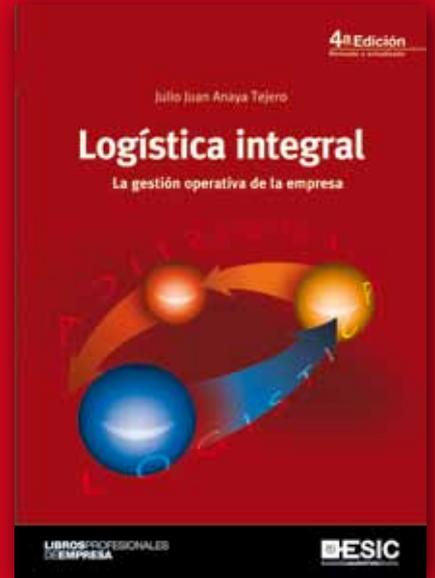
José Luis Zapatero
y Diana Gavilán

Imprescindible para todos aquellos que gestionan esperas, y se resienten al ver cómo éstas afectan a la satisfacción de sus clientes. Pero también lo es, y sin duda eso nos incumbe a todos, para quienes las protagonizan con su tiempo y su resignación.



PVP 17 €
192 pág.

- El tiempo • Ocupación • Información • Momento
- Causa • Equidad • Valor • Entorno • Compañía



Logística integral

La gestión operativa de la empresa

Julio Juan Anaya Tejero

El objetivo de este libro es sistematizar de una forma didáctica las diferentes filosofías, métodos y procedimientos aplicables en la industria desde un punto de vista práctico, en todo lo relativo al control del flujo de materiales, desde la óptica de la logística integral.

- La filosofía de la gestión logística
- Aspectos generales de la gestión industrial
- Técnicas avanzadas de la gestión industrial
- La gestión de aprovisionamiento
- La gestión de los stocks en el sector comercial [...]



PVP 20 €
290 pág.

4ª EDICIÓN



Imagen de marca y product placement

Miguel Baños González y Teresa Rodríguez García

Independientemente de que se haya pagado por la presencia de la marca o no, es decir, que haya una intencionalidad comercial o una intencionalidad meramente narrativa, una marca en escena transmite su propio mensaje comercial en virtud de su naturaleza de objeto significativo en la realidad del espectador.



PVP 18 €
190 pág.

- Introducción. La marca en el relato audiovisual de ficción
- La marca • Dimensiones operativas de la marca
- El branding • Product Placement • El Product Placement como herramienta de comunicación • Bibliografía.

Habilidades directivas



PVP 12,50 €
160 pág.

Equipos de alta implicación Una orquesta bien organizada

Carlos F. Hernández Flores
Rafael Martínez Vilanova

Contempla aspectos desde la formación de equipos, motivación, selección de personas o resolución de conflictos, al enfoque de las organizaciones al cliente, base del éxito en las empresas.

- El éxito de una empresa bien gestionada
- La contratación del director
- El plan de acogida
- La primera relación con los recursos humanos de la organización
- La comunicación ascendente [...]



PVP 18 €
194 pág.

365 guías de desempeño de la eficacia profesional

Frank Rouault

Para desarrollar profesionalmente nuestro potencial al máximo, debemos apoyarnos en nuestras habilidades y en aquellas que poseen los demás. Elaborando listas simples, sintetizando los puntos esenciales podemos garantizar resultados de primera clase, la fórmula está en las guías de desempeño.

- Interactuar con los demás
- Trabajar en el extranjero
- Controlar las situaciones difíciles
- Desarrollar su capacidad de empleo
- Tratar con los clientes
- Gestionar los datos
- Ejecutar las acciones [...]



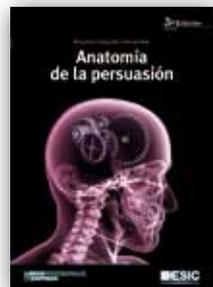
PVP 14 €
144 pág.

Delegar

José María Acosta Vera

Dirigir un equipo — a cualquier nivel — es complejo. Una de las claves menos atendidas es la delegación, que es la forma más idónea de potenciar un equipo. Empezando por el jefe, que siempre tiene más cosas que hacer que tiempo para hacerlas. Delegar es la única trampa que podemos hacerle al tiempo.

- Dirigir
- Por qué delegar
- La delegación en la práctica
- Cómo delegar eficazmente
- Mírate al espejo: ¿Qué tal delegas?
- Resumen. Las normas de la delegación eficaz.
- Aplicación práctica de la delegación [...]



PVP 17 €
208 pág.

Anatomía de la persuasión

A. Salcedo Fernández

Este es un libro con una clara vocación ilustrativa y práctica. Por ello se divide en dos partes que, salpicadas de anécdotas y casos reales, responden al qué es y cómo puedo incrementar mi capacidad persuasiva *face to face*.

En la primera parte del libro se rastrean los primeros acercamientos más o menos sistemáticos al fenómeno de la persuasión.

- PARTE I • En un tiempo muy lejano... • Influencia, persuasión y cambio de actitudes • Las variables del proceso persuasivo
- PARTE II • Qué es esa cosa llamada Programación Neurolingüística (PNL) [...]



PVP 16 €
292 pág.

Metamorfosis del miedo

Historia de una corbata

Emilio Martínez Morán

El mayor problema de un joven consultor, elegido para su primer trabajo de envergadura en la multinacional Cravate, no es, la mañana que da comienzo esta historia, causar una buena imagen, llevar a cabo un buen trabajo ni llegar a tiempo a la entrevista: sencillamente es llegar. Porque Eduardo Rojo ha despertado esa mañana convertido literalmente en corbata.

- Eduardo
- Mr. Parker
- El miedo al cambio
- La empresa
- Carolina
- Últimos aprendizajes
- Los cambios
- Epílogo.



PVP 15 €
110 pág.

¿Quién ha matado a mi jefe?

Descubra el arma de la motivación para gestionar equipos

Esteban Solano Rada

Muestra las diferentes perspectivas de la motivación y la aplicación de las principales estrategias derivadas de ella. En la primera parte el lector se adentrará en una misteriosa historia en la que podrá ayudar al Sr. Gris, nuestro protagonista, a descubrir quién ha matado a su jefe.

- Prólogo
- ¿Cómo se utiliza esta herramienta?
- ¿Quién ha matado a mi jefe? Parte I
- ¿Quién ha matado a mi jefe? Parte II
- Bibliografía.



Arqueología del talento

En busca de los tesoros personales

Alberto Sánchez-Bayo

Revela al lector la naturaleza del talento y los rasgos que le diferencian del resto de capacidades del ser humano. Y lo hace para animarnos a ir al encuentro de ese preciado atributo que llamamos talento o don, proponiendo un método para su descubrimiento.



PVP 12 €
150 pág.

2ª EDICIÓN

- Un templo perdido • Desplegando el mapa • Poniendo rumbo bajo las estrellas • El brillo del talento • Tasando mi tesoro • La aventura de vivir con talento [...]



Arriba el telón

Crecimiento personal y dirección de equipos

Ignacio Soret

Este libro nos lleva de la mano, a través de la puesta en escena de una obra de teatro, por el mundo de la comunicación, la oratoria. La relación, el trabajo en equipo, la superación personal y la creatividad.



PVP 11,50 €
180 pág.

- El deseo y el talento • La palabra expresiva • Elocución/código ético • Habilidades • El ensayo • El método • Capital humano [...]



Basquetoboru

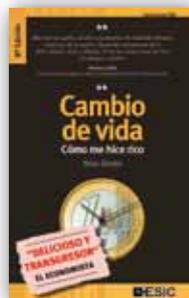
Eduardo Schell
Eugenio de Andrés

Hablar de los éxitos del equipo y no tanto de los individuales. Es uno de los consejos que nos da Pau Gasol, que junto al resto de sus compañeros de la Selección española de baloncesto, analiza las claves del éxito en los últimos años y desvela las claves para conseguir el equipo perfecto y triunfar.



PVP 16 €
310 pág.

- Prólogo de Lolo Sáinz • Capacidad de Sacrificio (Marc Gassol) • Ilusión (Sergio Rodríguez) • Competitividad (Juan Carlos Navarro) • Espíritu de trabajo (Carlos Jiménez) • Profesionalidad (Rudy Fernández) • Compromiso (Jorge Garbajosa) [...]



Cambio de vida

Cómo me hice rico

Aitor Zárate

Mediante una conversación amena y divertida entre principiante y maestro, se expone un conjunto de reglas que nos pueden ayudar a convertir nuestro activo más valioso, el tiempo, en riqueza, tanto monetaria como espiritual.



PVP 12 €
232 pág.

8ª EDICIÓN

- ¿Qué es ser rico y por qué está mal visto? Diferencias entre España y Usa • ¿Dónde quiero llegar? • ¿Qué soy: funcionario o emprendedor? • ¿Estoy educado financieramente? • ¡Quiero ser mi Plan de Pensiones y mi Seguridad Social! • ¿Cómo pagar menos impuestos? [...]



Metaplacement®

Conduces o te conducen

J. Martín de la Fuente
J. I. Echegaray del Campo
E. Hierro Díez
L. Ilario Constantino
J. M. Arribas Vargas

La visión de un equipo de profesionales del mundo de las personas en la empresa, acerca de cómo se debe gestionar el desarrollo profesional. Se pretende fomentar la cultura de la responsabilidad personal: tú eres quien maneja tu destino.



PVP 16 €
248 pág.

- Prólogo • Introducción • Parte I: Cinco visiones sobre el desarrollo profesional • Ámbito personal [...]



Cómo hablar en público

Y realizar presentaciones profesionales

Juan Luis Urcola Tellería

Este libro está dirigido principalmente a quienes por razón de su cargo o profesión, se encuentran en la necesidad de tener que comunicarse oralmente, de forma esporádica o frecuente, temen formular una pregunta o intervenir ante un grupo de personas.



PVP 23 €
298 pág.

- La comunicación oral, una habilidad a desarrollar • Las técnicas de la comunicación oral • El arte de la comunicación oral • Cómo hablar con naturalidad [...]



Controla tu tiempo, controla tu vida

María Ángeles Chavarría

En un tono directo y ameno, se hace un recorrido desde la empresa al ámbito de la cotidianidad para que cada cual valore su nivel de satisfacción laboral y personal y encuentre el modo de gestionar con eficacia un tiempo que le ayudará a conseguir los objetivos deseados.

- El valor del tiempo • Gestión del tiempo en el trabajo diario • Los enemigos ("ladrones") del tiempo • Gestión del tiempo a medio plazo: los objetivos • La motivación • La inteligencia al servicio del tiempo • La comunicación es más eficaz [...]



PVP 12 €
120 pág.

2ª EDICIÓN



Cuestión de confianza

Más allá de la inteligencia emocional

Sixto Jiménez Muniain

El autor de ésta obra nos descubre que, más allá de la inteligencia emocional, como cimiento del éxito de una organización, está la creación en su seno de una cultura de confianza.



PVP 14 €
266 pág.

2ª EDICIÓN

- Introducción • El camino recorrido • Un siglo decisivo • Una organización óptima en el siglo XXI • Factores clave de la persona de cara a su interacción con las organizaciones • La persona, ese ser no siempre racional • Relación con otras personas • La persona en grupo: problemas y eficacia del grupo [...]



Entrenamiento emocional en el trabajo

Incluye prácticas y ejercicios de entrenamiento y autoevaluación

Cristina Casado Lumbreras

¿Quién no ansía conocer mejor sus propias fortalezas o limitaciones? ¿Quién no quiere entender a los demás, comprender el por qué de su actitud o de sus sentimientos? ¿Quién no desea relacionarse de forma satisfactoria? En definitiva, ¿quién no desea mejorar su desempeño, así como sus relaciones interpersonales en el ámbito laboral?

- Prólogo de M^a José Hidalgo, Directora General de Air Europa • Introducción
- Autoconocimiento emocional [...]



PVP 15 €
124 pág.



Guía de competencias emocionales para directivos

Michael de José Belzunce y otros

Cualquier crisis puede superarse en menos tiempo y con menor coste si los que tienen la responsabilidad de gestionar empresas, son capaces de transformarse en mejores líderes, desarrollando de forma eficaz tanto las competencias técnicas como las emocionales dentro de un contexto ético.



PVP 18 €
238 pág.

- Introducción • Nociones previas sobre el Management: una visión histórica de su evolución [...]



Dirigir

Liderar, motivar, comunicar, delegar, dirigir reuniones...

José María Acosta Vera

El objetivo de este libro es proporcionarle mayor eficacia, facilitándole la dirección de su equipo, la relación con compañeros, clientes y proveedores; y la comunicación con todo su entorno.



PVP 15 €
268 pág.

4^a EDICIÓN

- Dirigir un equipo • Qué se espera del jefe • Las funciones de dirección • Informarse • Decidir (hacer planes)
- Organizar • Mandar (conducir a las personas) • Controlar
- Las habilidades clave [...]



El corazón de las empresas

Responsabilidad social corporativa y conciliación de la vida profesional y personal

Alejandro Córdoba Largo

El libro analiza los cambios sociales que se están produciendo y tras los cuales emergen ciudadanos más concienciados y consumidores mucho más exigentes, que obligan a las empresas a replantearse cual debe ser su compromiso social.



PVP 16 €
292 pág.

- La familia • Modo o cambio emergente • Monólogo forzado • Jugar limpio • Qué hacer. Parecerlo y serlo
- Sin despedida • Préstamo de nuestros hijos [...]



El Mus y las funciones directivas

Juan Luis Urcola
Pablo Carreño

Coordinar, controlar, prever, decidir, organizar, son acciones que tienen su paralelismo en el mus. Este libro nos muestra de una manera amena y divertida.



PVP 9 €
114 pág.

- Aspectos previos a la partida • Prever • Organizar
- Coordinar • Decidir • Controlar [...]



¿La unión hace la fuerza?

Una visión particular de los procesos de unión o fusión organizacionales

David Cuadrado i Salido

¿Qué ocurre con las personas cuando dos empresas se fusionan? Prácticamente lo que les pasa a dos familias que se unen. Este libro aborda de manera divertida y muy humana los problemas que se plantean en una fusión o adquisición de empresas.



PVP 12 €
186 pág.

- El inicio de la unión: los motivos tradicionales
- El conflicto cultural • Reinventando el proceso
- Un artículo resumen: unirse, transitivo regular [...]



Gestión eficaz del tiempo y control del estrés

José M. Acosta Vera

Este libro tiene, ante todo, la pretensión de ser útil. Para ello, se ha ido dando la forma más adecuada para el fin que persigue: ayudar a cada lector a utilizar mejor su tiempo, a ser más eficaz e, incluso, más feliz.



PVP 16 €
248 pág.

6^a EDICIÓN

- El uso del tiempo en nuestra cultura • Evaluación de los estilos de trabajo • El tiempo como recurso • El enfoque hacia los objetivos • La defensa contra las interrupciones
- Otros ladrones del tiempo • El tiempo del equipo [...]



Trabajo en equipo

José María Acosta

Las nuevas tendencias laborales y, sobre todo, la necesidad de reducir costes para ser competitivos, han llevado a las empresas a desarrollar los equipos como una forma habitual de trabajo, por eficaz y económico. De la mano del doctor Acosta, experto en liderazgo y gestión del tiempo aprenderemos a convertirnos en un equipo de alto rendimiento.



PVP 15 €
238 pág.

- Introducción • Qué es un grupo • Las funciones en el grupo • El equipo • Lo que el equipo necesita • La toma de decisiones en los equipos • Resolución de conflictos en el equipo • Innovación: cómo introducir cambios
- La creatividad • Bibliografía.



Habilidades de comunicación para directivos

Fernando de Manuel Dasí
Rafael Martínez-Vilanova

Este libro está pensado para aquellas personas que necesiten disponer de buenos recursos de comunicación y que deben vencer mediante el uso de la palabra hablada o escrita.



PVP 18 €
254 pág.

4ª EDICIÓN

- La creatividad en la formación del mensaje • El objetivo de la comunicación • El orador presentador y su público • El entorno y los medios en la presentación • La comunicación escrita • Modelos de comunicación escrita • Herramientas útiles para los directivos [...]



La motivación empieza en uno mismo

Juan Luis Urcola

Impregnado de un aplastante «sentido común estructurado», ofrece al lector la posibilidad de comprender de una forma clara y amena la esencia de la motivación de los demás y de uno mismo. Por ello, este libro está especialmente enfocado a todas aquellas personas que deban dirigir equipos de trabajo.



PVP 9,50 €
198 pág.

2ª EDICIÓN

- El gran cambio: el ser humano integral • La motivación, un difícil arte • Gestión de comportamientos y de consecuencias • ¿Qué entendemos por motivar? • La automotivación • Aspectos clave de la motivación [...]



Marca Personal

Andrés Pérez Ortega

El mercado laboral y la sociedad en general están cambiando. Los profesionales ofrecen sus servicios a sus clientes o empleadores independientemente del tipo de contrato que los vincule. Por eso es necesario que gestionemos nuestro trabajo como un producto y nuestra reputación como una marca.



PVP 18 €
374 pág.

2ª EDICIÓN

- ¿Quién teme al personal branding? • Y todo esto ¿por qué? • Pero ¿qué es una marca? • Entonces, ¿qué es el personal branding? • Breve historia de la marca personal [...]



Mariposas en el estómago

Porque dirigir también es cosa de mujeres

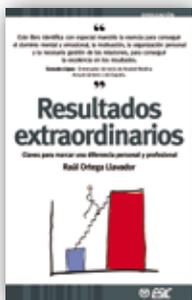
Nerea Urcola Martiarena

Hoy más que nunca hablamos de inteligencia emocional y es que cada vez es más claro que las habilidades más importantes para el desempeño de la actividad laboral no son tanto las técnicas, sino las emocionales.



PVP 12 €
136 pág.

- Introducción • Sin poder dormir • La abuela Juana • Camino a Madrid • Ese yo que no te ves [...]



Resultados extraordinarios

Raúl Ortega Llavador

Este libro es una propuesta, en la que utilizarás tu simulador mental para vivir una experiencia: ¿Qué cosas ocurrirían en tu vida si adoptaras la perspectiva mental, y con ello, la forma de sentirte frente a tus circunstancias y la tendencia a actuar, de los grandes realizadores?



PVP 12,50 €
280 pág.

- ¿Es cuestión de suerte? • ¿Hasta qué punto el entorno influye en nuestros resultados? • ¿Será cuestión de hablar más duro? • ¿Qué nos dicen los estudios realizados hasta la fecha? • Cuáles son los tipos de habilidades que marcan la diferencia? • Estado emocional y de conducta [...]



Sin plumero ni mandil

Descubre las trampas de género en la empresa

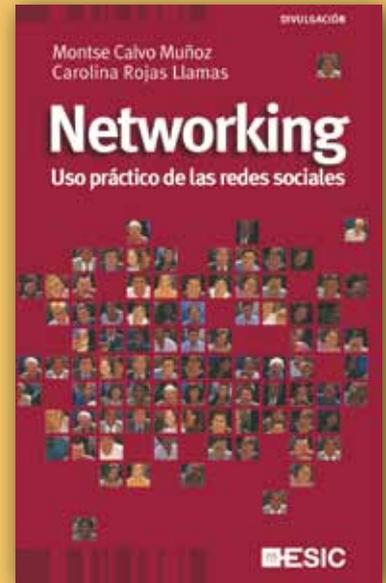
Elena Carantoña

Compartir un viaje suspiroz por las rutas laborales para descubrir esas trampas que nos acechan camufladas bajo un apetitoso cebo. Tras avistarlas y desmenuzarnos cada una decidirá si prefiere desactivarlas, sortearlas, utilizarlas en su favor o –llegado el caso– dejarse caer en ellas.



PVP 15 €
184 pág.

- Un problema de manual • Con plumero y mandil • Ni pánfila ni pánfila • Una vida sin albóndigas [...]



Networking

Uso práctico de las redes sociales

Montse Calvo Muñoz
Carolina Rojas Llamas

Actualmente se dice que vivimos en la era del talento y paralelamente, también la edad de oro de las redes, en los negocios no se trata sólo de tener talento sino de manejar buenos contactos. Para conseguir el objetivo no sirve únicamente *lo que haces* sino de *a quién conoces*. Por tanto, al igual que en el mundo real, en las redes sociales, el networking, es clave.

- ¿Qué es y para qué sirve la gestión de contactos (Networking)? • La esfera de influencia y el poder del tarjetero [...]



PVP 15 €
182 pág.



Técnicas de negociación

Un método práctico

Fernando de Manuel Dasí
Rafael Martínez-Vilanova

Es muy difícil encontrar personas que no se encuentren inmersas en algún proceso de negociación. Precisamos negociar la compra de una vivienda, la retribución de un nuevo empleo o la opinión que de nuestra declaración de la renta tiene el inspector de la Hacienda Pública.



PVP 19 €
313 pág.

9ª EDICIÓN

- I. Parte: El proceso de negociación • II. Parte: El factor humano en la negociación • III. Parte: Herramientas del negociador • IV. Parte: Distintas formas de negociar [...]

Empresa



Cambio tecnológico e innovación en las empresas

Sergio A. Berumen
(Coordinador)

Es una aproximación a los valores aportados por la tecnología y la innovación. Busca evidenciar la necesidad que existe en España y en América Latina de alentar una cultura proclive al conocimiento, tanto a su generación, como a su difusión y asimilación, y la necesaria repercusión de todo ello en el mercado.



PVP 18 €
214 pág.

9 788847 315651

- El legado de Schumpeter al estudio de las empresas y su entorno
- Economía del cambio tecnológico y su importancia para las empresas [...]



Cómo gestionar una PYME mediante el cuadro de mando

Eduardo Andreu Alabarta
Rafael Martínez-Vilanova
Martínez

Un manual que lleva al gestor o directivo de una pequeña empresa, independientemente de sus conocimientos previos de la materia, a elaborar su propio cuadro de indicadores que le mostrarán la marcha de su empresa de manera sencilla, rápida y fiable, constituyendo así una herramienta de gestión de innegable utilidad.



PVP 18 €
233 pág.

2ª EDICIÓN

9 788847 315637

- Conceptos básicos sobre la conducta del consumidor
- Cuadro de mando y estrategia [...]



Cómo se hace un plan estratégico

Modelo de desarrollo en una empresa

Francisco Abascal Rojas

Segunda parte de *Cómo se hace un plan estratégico*. La teoría del marketing estratégico hace referencia a un caso real, acomodando muchas situaciones particulares que se ajustan al desarrollo diario de las empresas.



PVP 30 €
476 pág.

2ª EDICIÓN

- Proyecto de empresa K
- Caso práctico
- Las reglas de ajuste para las orientaciones estratégicas
- El diagnóstico económico-táctico
- Reflexión estratégica
- Las oportunidades del mercado
- Análisis de la vulnerabilidad de empresa K [...]



Cómo se hace un plan estratégico

La teoría del marketing estratégico

Francisco Abascal Rojas

Este libro tiene como finalidad desarrollar un plan estratégico cuyo contenido muestra las diferentes técnicas de la planificación, desde la perspectiva fundamental del marketing.

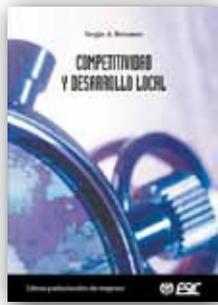


PVP 34 €
454 pág.

4ª EDICIÓN

- La unidad estratégica del negocio
- El escenario de la estrategia del marketing
- La planificación estratégica del marketing
- La consolidación de la planificación estratégica [...]





Competitividad y desarrollo local

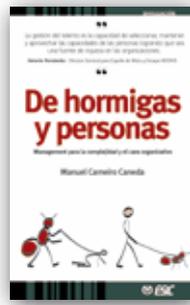
Sergio A. Berumen

Un estupendo libro, asequible para los tomadores de decisiones del sector gobierno a nivel local y regional, e imprescindible para los académicos (que son muchos y cada vez serán más) interesados en el maravilloso mundo de lo local.



PVP 17 €
184 pág.

- Competitividad y desarrollo económico local
- La competitividad internacional y local • La competitividad en la práctica • Las organizaciones y los clusters como potenciadores de la competitividad y el desarrollo económico [...]



De hormigas y personas

Management para la complejidad y el caos organizativo

Manuel Carneiro Caneda

Adéntrese en el mundo de la complejidad y el caos de las empresas y las organizaciones para poder gestionar y dominar, además de lo habitual, la suerte, lo imprevisible y lo azaroso.



PVP 12 €
216 pág.

- Vida de hormigas • El mundo lineal • El mundo no lineal • La complejidad • implicaciones para la dirección el management [...]



Emprende

Convierte tu sueño en realidad

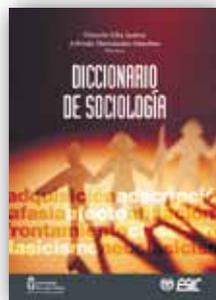
María de los Ángeles Gil Estallo, Fernando Giner de la Fuente con la colaboración de Jordi Martí Pidelaserra

Emprender con éxito es convertir aquello que más te gusta hacer en tu fuente de ingresos. Tienes que encontrar dentro de ti cuál es tu valor diferencial y trazarle un camino para convertirlo en tu desarrollo personal y profesional.



PVP 16 €
296 pág.

- Presentación • El perfil del emprendedor • La idea • El equipo • Gestiona el tiempo • Pasos para crear la empresa • De la idea a la realidad • La internacionalización • Errores a no cometer • Bibliografía.



Diccionario de sociología

Octavio Uña Juárez Alfredo Hernández Sánchez

Permite al lector familiarizarse con la terminología y las perspectivas teóricas y metodológicas del pensamiento social. Su intención es suministrar a profesores, investigadores, estudiantes y personas interesadas por la sociología, definiciones y descripciones de los modelos conceptuales y metodológicos, las cuales, como ocurre en las demás ciencias sociales, se han visto sometidas a profundos cambios...



PVP 75 €
1658 pág.



Cómo crear y hacer funcionar una empresa

Conceptos e instrumentos

M.a Ángeles Gil Estallo Fernando Giner de la Fuente

La creación de empresas es un proceso complejo, trabajoso y lento que requiere grandes dosis de formación e información y es este proceso en el que se centra la obra.

- Introducción a la administración de empresas • Configuración de la empresa • Decisiones y viabilidad de la empresa • Sistemas de información • Planificación, estructura y dirección de la empresa • Decisiones estructurales y sectoriales [...]



PVP 32 €
682 pág.

8ª EDICIÓN



El mercado hipotecario en Latinoamérica

Una visión de negocio. Antecedentes y oportunidades de desarrollo.

Ignacio Temiño Aguirre

La región latinoamericana ha sido desde hace algunos años objetivo de inversión de diferentes entidades financieras españolas y cada vez adquiere mayor peso en los resultados de los grupos.



PVP 16 €
296 pág.

- Consideraciones generales • Enfoque del estudio y contexto • Descripción de los diferentes mercados por países [...]



El plan estratégico en la práctica

José María Sainz de Vicuña Ancín

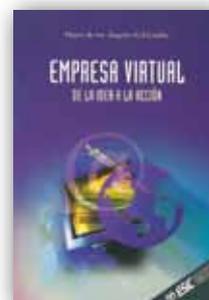
Esta obra ofrece a los profesionales de cualquier organización que sientan la necesidad de realizar un plan estratégico, un instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz que les conduzca, paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración del plan.



PVP 25 €
392 pág.

2ª EDICIÓN

- Planificación • Análisis de la situación • Diagnóstico de la situación • Sistema de objetivos corporativos: misión, visión y valores • Estrategias corporativas: definición del negocio y estrategia de cartera (de negocios) etc. [...]



Empresa virtual

De la idea a la acción

María de los Ángeles Gil Estallo

La autora con este trabajo nos ayuda, nos conduce por este camino abierto y a veces incierto hacia formas simples y sólidas de creación y gestión de las empresas virtuales. Apuesta por la creatividad. Contiene consejos para la definición estratégica y el comportamiento directivo.



PVP 18 €
300 pág.

- La idea • La creación de la empresa virtual • Las personas en las organizaciones virtuales • La planificación en las organizaciones virtuales [...]



Estrategia

De la visión a la acción

Juan Carrión Maroto

El objetivo fundamental con el que nace este libro es el de proporcionar una visión global de la estrategia a aquellas personas que se enfrentan (directivos), o se enfrentarán a tareas directivas (estudiantes de postgrado: MBA, Marketing, Recursos Humanos, Finanzas, Operaciones...)

- Introducción a la estrategia • Análisis externo • Análisis interno • Diseño de opciones estratégicas: estrategia corporativa
- Diseño de opciones estratégicas: estrategia competitiva [...]



PVP 25 €
462 pág.

3ª EDICIÓN



Ética en los negocios

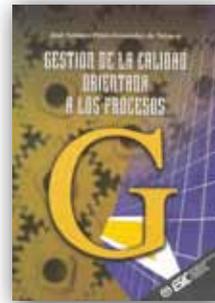
Valle Labrada Rubio

La crisis económica del 2008 ha destapado una crisis moral, la de la avaricia. Se ha invertido la escala de valores, lo importante es la cuenta de resultados. Hoy más que nunca, la ética ha de despertar la conciencia y la crítica frente a conductas en las que impera el interés personal e inmediato y se eluden responsabilidades y el compromiso.



PVP 20 €
252 pág.

- Primera parte: Introducción a la ética • La ética es una rama de la filosofía práctica • La ley moral durante más de veinticinco siglos • Quién es el hombre? • Segunda parte: Ética de las profesiones y del mercado. Calidad y Liderazgo • [...]



Gestión de la calidad orientada a los procesos

José Antonio Pérez Fdez. de Velasco

Presenta un sistema de gestión basado en el concepto global de la calidad y orientado hacia el cliente mediante un enfoque a los procesos de la empresa. De gran utilidad para directivos de empresa y responsables de área que deseen dar un salto cualitativo importante en la mejora de su eficacia.



PVP 15 €
208 pág.

- La calidad se gestiona • El proceso de satisfacción del cliente • El proceso de creación de valor • Gestión y mejora de la calidad a través de la gestión de los procesos • Diagnóstico interno [...]



Hacia la banca multicanal

La transformación del sector financiero en la economía del conocimiento

J. Torrent-Sellens
D. Castillo Merino
P. Gabaldon Quiñones
E. Ruiz Dotras
J. Sainz González



PVP 18 €
186 pág.

El uso intensivo de las TIC y los flujos de información en particular, son esenciales para comprender los cambios que debe afrontar el sector financiero para superar la crisis. La banca digital es una apuesta de futuro.

- La banca electrónica en la economía del conocimiento • Banca electrónica y entidades financieras [...]



Twittemprendedor

Consejos tweet a tweet para emprendedores

Salvador Figueros

Twitter está revolucionando el mundo de la información y la forma en la que nos relacionamos. Salvador Figueros ha aprovechado la potencia de Twitter para compartir con miles de personas sus consejos para emprendedores. 1464 consejos tweet a tweet que te ayudarán a lanzar tu negocio, a mejorarlo o a situarlo en un nivel superior.



PVP 12 €
160 pág.

- Introducción • ¡Es tu momento! • Preparados, listos, ... • Más papeles • Money, money, Money • ¿Cómo funciona esto? [...]



Ilustraciones de la aplicación de las tecnologías de información en la empresa española

Carmen de Pablos Heredero

Este libro pretende ser una herramienta de ayuda para todos aquellos interesados en conocer desde una perspectiva práctica los impactos de las tecnologías y sistemas de información en el ámbito empresarial.



PVP 20 €
306 pág.

- La administración pública española al servicio del ciudadano a través de internet • Implantación de un crm en Angellini Ibérica • Sistemas interempresariales y cooperación empresarial [...]



Informática y comunicaciones para la empresa

Carmen de Pablos
José J. López-Hermoso
Santiago Martín-Romo
Sonia Medina

Esta obra muestra las características más notorias de las tecnologías de la información, las comunicaciones y los sistemas de información empresarial que actualmente están incorporando las empresas.



PVP 21 €
316 pág.

- Sistemas y tecnologías de la información en la empresa • Componentes de la tecnología de información: el hardware y el software • Las redes de telecomunicación • Arquitectura en los sistemas de información • Internet y comercio electrónico • Los sistemas ofimáticos [...]



Innovar con éxito

José M^a Sáinz de Vicuña

Esta obra ofrece una visión clara, amena, rigurosa y práctica de lo que es la innovación así como del valor que aporta a la empresa. Su principal aportación es que muestra – a partir de un caso práctico – cómo gestionarla.



PVP 15 €
298 pág.

- El emprendedor • Plan de viabilidad • Pasos necesarios para crear una empresa • Un buen plan de marketing • La financiación y negociación con los bancos [...]



La cooperación entre empresas

Análisis y diseño
Juan Carlos Fernández de Arroyabe
Nieves Arranz Peña

Este libro ofrece un análisis general del fenómeno de la cooperación entre empresas. Contempla los diversos enfoques teóricos desde los que se puede abordar el estudio de la cooperación.



PVP 18 €
 288 pág.

- Cooperación desde el punto de vista económico
- La decisión de cooperar: una decisión estratégica
- Las formas organizativas de la cooperación empresarial
- La cooperación en la teoría de juegos
- Decisión, negociación y estructuración de la cooperación [...]



La franquicia: Elementos, relaciones y estrategias

Guillermo J. Bermúdez González

El autor ha efectuado un amplio análisis de la figura de la franquicia destacando las virtudes, que le han llevado a las cifras que actualmente ostenta, sin olvidar la problemática que encierra: la relación entre franquiciado y franquiciador.



PVP 20 €
 290 pág.

- Introducción a la franquicia: origen y conceptualización
- La franquicia en el sistema comercial: formas comerciales cercanas
- Evolución y desarrollo de la franquicia
- Sujetos de la relación de franquicia
- Elementos objeto de la relación de franquicia [...]



La gestión moderna del comercio minorista

El enfoque práctico de las tiendas de éxito
Juan Carlos Burruezo García

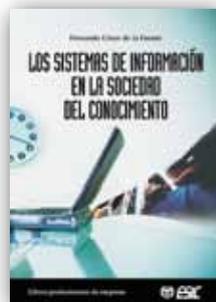
Este libro describe a nivel práctico y de forma amena, cómo funcionan las estrategias que aseguran la viabilidad del comercio tradicional.



PVP 21 €
 334 pág.

2ª EDICIÓN

- Panorama de la distribución comercial
- La entrada en la distribución
- Identificación de los clientes
- Localización del establecimiento
- La imagen de la tienda
- Servicios al cliente
- El plan publicitario y promocional
- La gestión de compras y stocks [...]



Los sistemas de información en la sociedad del conocimiento

Fernando Giner de la Fuente

Este libro se ha concebido para que sea de consulta permanente y al mismo tiempo un valioso instrumento de trabajo. Es una obra dirigida a alumnos de empresariales, de carreras técnicas, y profesionales de la empresa.



PVP 17 €
 215 pág.

- La sociedad de la información y el conocimiento
- La estructura: los elementos que conforman los sistemas de información
- Las funciones de los sistemas de información
- La organización de los sistemas de información [...]



Manual de autodiagnóstico estratégico

José María Carrillo de Albornoz y Serra

El empresario de la pyme española y sus directivos están haciendo todos los días un poco de estrategia, el proceso lo llevan a través de la inspiración y la disponibilidad de ideas, estribando la cuestión en la adopción del ritmo más adecuado para llevar a cabo la reflexión colectiva y organizada.



PVP 17 €
 210 pág.

- Los dos componentes de la dirección de empresas
- Las dos perspectivas del análisis estratégico
- Los dos niveles de la dirección de empresas
- El fundamento de la dirección estratégica [...]



Organizar, acción y efecto

Isabel de Val Pardo

Organizar es diseñar y dar vida a la empresa, esto es, constituir el doble organismo material y social de la misma... organizar una empresa o cualquier otra institución consiste en disponer de manera racional la actuación de las personas que trabajan en ella; es asignar a cada persona según sus condiciones el cometido más idóneo para realizarlo.



PVP 19 €
 342 pág.

- Las Organizaciones
- Teoría de la organización
- Administración de empresas
- La acción de organizar: nivel micro y macro
- Factores de contingencia [...]



Gestión por procesos

Cómo utilizar ISO 9001:2000 para mejorar la gestión de la organización

José Antonio Pérez, Fernández de Velasco

Incluye sencillas herramientas de aplicación para la planificación, la medición y la mejora de todos los procesos de la empresa, aporta ideas para el diseño de la organización y la identificación de los procesos clave.

- El mapa de procesos
- Qué es gestión y cómo se gestiona un proceso
- La norma ISO 9001:2000 [...]



PVP 22 €
 366 pág.

4ª EDICIÓN



Mi padre es un mago

La empresa familiar vista por un niño

María Ángeles Chavarría

No es fácil estar al frente de una empresa familiar y eso lo descubrirá pronto el protagonista de esta historia a través de la experiencia de su padre, de la complicidad con su madre y de su intensa curiosidad.

- El dilema • Mi primera asignación: Cinco Pesetas (o aquí todos ahorramos)
- El niño, en la cama, como siempre
- Mi primo Olegario con corbata • ¡Heidi lleva el traje rojo! • Papá, ¿estás enfadado? [...]



PVP 15 □
130 pág.



PVP 15 □
204 pág.

Se vende

Guía práctica para vender o alquilar su casa

Alejandro Domínguez Doncel

Esta guía le ayudara a analizar si es mejor alquilar o vender su propiedad, y si es necesario invertir algún dinero, y cuánto, para poder vender en mejores condiciones. Le enseñará cómo planificar y ejecutar la venta, proporcionándole las armas suficientes que le permitan negociar lo mejor posible la venta de su casa.

- ...O alquilamos? Ventajas e inconvenientes
- Que implica vender • Venta de vivienda protegida [...]



PVP 12 □
122 pág.

A por la gran idea

Sueño dorado del siglo XXI

Alejandro Cachán

Las ideas son las palancas que mueven el mundo; están en el origen de todo avance económico y de toda transformación social. Pero no siempre su valor es apreciado en su justa dimensión.

- ¡Despedidos! • La actitud positiva • Los certámenes
- La decisión • Abriendo caminos • ¡A competir!
- Nuevos horizontes • ¡A por fondos! • El lanzamiento
- ¿Autoempleados? [...]



PVP 16 □
167 pág.

Ética, economía y política

Javier Casares Ripol

Desde la humildad socrática con que se aborda el libro se pretende observar algunas pisadas de la ciencia que ayuden a alumnos estudiosos e interesados a entender mejor algunas cuestiones básicas relativas a temas éticos y económicos, la declaración de la Economía como «zona libre de valores» y moralmente neutral queda severamente cuestionada.

- Cuestiones sobre el bien y el mal. Notas sobre el relativismo • Fundamentos básicos de la ética
- Los valores • Ética y economía • La empresa y el desenvolvimiento ético.



Finanzas



PVP 13 €
242 pág.

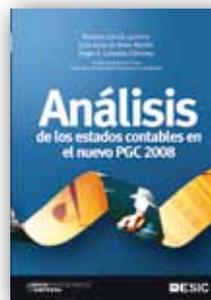
¿Qué es crear valor para el accionista?

Manual para no financieros

Juan F. Pérez-Carballo Veiga

El término de crear valor para el accionista — hacerle más rico — ha adquirido un protagonismo mediático notable y ha arraigado en la ideología empresarial. Pese a su amplia utilización, con frecuencia resulta confuso para el ciudadano común e, incluso, para el profesional no financiero.

- Las razones de una polémica
- Auge y declive de una moda
- Algunas prácticas peligrosas
- La creación de riqueza como objetivo empresarial [...]



PVP 27 €
440 pág.

Análisis de los estados contables en el nuevo PGC 2008

Ricardo García Lorenzo
Luis Antonio Velar Martín
Ángel F. Cañadas Sánchez

¿Alguien te ha dicho que el Plan General de Contabilidad ha cambiado?, ¿has escuchado comentarios sobre una reforma contable en España?, ¿te suena de algo el término contable valor razonable? ¿y qué me dices de los nuevos estados financieros?

- Concepto y características de la reputación empresarial
- El balance de situación
- La cuenta de pérdidas y ganancias
- El estado de cambios del patrimonio neto
- El estado de flujos de efectivo [...]



PVP 19 €
262 pág.

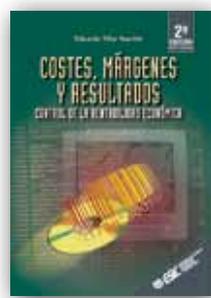
7ª EDICIÓN

Contabilidad financiera para directivos

José Luis Fernández Iparraquirre

Este libro va dirigido a directivos no financieros y a estudiantes de MBA con una formación no financiera, con el objetivo de explicarles los documentos básicos de información económica de las sociedades mercantiles.

- El balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias
- El ciclo del capital invertido
- Los estados financieros
- La estructura del balance
- El estudio del balance: las inversiones del activo
- El modelo de balance en el P.G.C. [...]



PVP 20 €
276 pág.

2ª EDICIÓN

Costes, márgenes y resultados

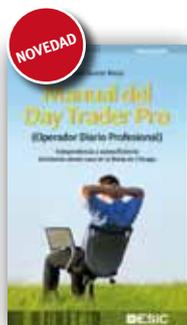
Control de la rentabilidad económica

Eduardo Vilar Sanchís

El texto parte de los datos que acumula la contabilidad financiera. Presenta relaciones entre variables que permiten el control de los resultados y de la rentabilidad económica (de la explotación) tomando a los márgenes unitarios de contribución como referencia.

- Análisis de márgenes y resultados
- Resultado de la explotación
- Informes anuales de la contabilidad financiera
- Cálculo de costes [...]





Manual del Day Trader Pro (Operador Diario Profesional)

José Raúl Duarte Maza

A través del Manual del Day Trader Pro, su autor, Raúl Duarte Maza -asesor bursátil profesional desde 1986, Day Trader activo desde 2001, e instructor en tiempo real desde 2006-, enseña su probada forma de ganar consistentemente en la Bolsa de Chicago, operando diariamente, a través de internet...



PVP 18 €
192 pág.

- Capítulo 1: Plan de Negocio • Los sólidos cimientos de un negocio exitoso • Inversión inicial • Metas y objetivos • Aspectos fiscales [...]



Gane dinero Operando en bolsa

Jorge del Canto

Esta obra no pretende convertirte en un analista, que pueda competir con otras personas en conocimiento bursátil, tampoco va a cambiarle la vida. Precisamente se trata de que usted mantenga su ritmo normal de vida, con una preocupación menos: la de saber si sus ahorros conseguirán revalorizarse lo necesario para mejorar su poder adquisitivo, sin el riesgo de que un día desaparezcan.



PVP 15 €
294 pág.

4ª EDICIÓN

- El dinero: los ahorros • Productos financieros • Mercados financieros: la Bolsa [...]



Las claves de la nueva contabilidad para las pymes

José de Jaime Eslava
Iñigo de Jaime Marín

Es indudable que desde la publicación de la Ley 16/2007 de "Reforma parcial y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización con base en la normativa de la Unión Europea", puede decirse que hay un antes y un después para la contabilidad de las empresas españolas.



PVP 20 €
320 pág.



CONTIENE CD

- La Reforma Global del Nuevo Régimen Contable • Las Cuentas Anuales (CAA) o Estados Financieros (EEFF) • La estructura del activo del Balance [...]



Las claves del análisis económico-financiero de la empresa

José de Jaime Eslava

Orientado su contenido, metodología y definición de conceptos a los directivos no financieros, su objetivo es facilitar a dichos directivos la comprensión y uso de aquellos ratios económico-financieros fundamentales que puedan apoyar eficazmente su proceso de adopción de decisión...



PVP 25 €
416 pág.

2ª EDICIÓN



CONTIENE CD

- Las posiciones económico-financieras de la empresa • Los estados financieros como soportes del análisis de la gestión empresarial • El análisis de la rentabilidad y solvencia de la empresa [...]



Diagnóstico económico-financiero de la empresa

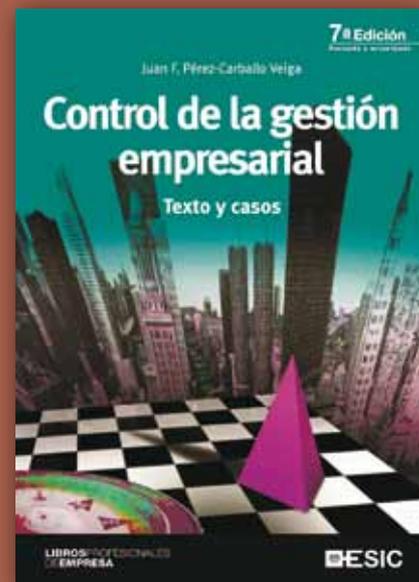
Juan F. Pérez-Carballo Veiga

Decía Ortega que toda la vida humana es el resultado de articular tres factores: la vocación, la circunstancia y el azar. De forma análoga se podría decir que el resultado de toda empresa se explica por la combinación de su estrategia, como expresión de su vocación, de su entorno o circunstancia y de la fortuna.



PVP 15 €
146 pág.

- El diagnóstico de la empresa en el marco de su estrategia • Los factores clave de éxito como expresión y guía de la estrategia [...]



Control de la gestión empresarial

Texto y casos

J. F. Pérez-Carballo Veiga

Este libro presenta un planteamiento amplio de la función de control como responsabilidad directiva. Concilia la formulación conceptual de los sistemas de control con la introducción de las técnicas de utilización más frecuentes.

- Fundamentos del control de gestión • La información de costes • La práctica de los sistemas de costes • Control por ratios • El presupuesto y sus desviaciones • Control de las actividades operativas • Control de inversiones • Control de la gestión financiera [...]



PVP 28 €
384 pág.

7ª EDICIÓN



Matemáticas



¿Es fácil integrar?

José Manuel Casteleiro

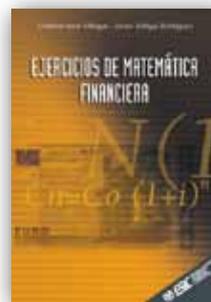
Este libro quiere ayudarnos, no a desarrollar grandes demostraciones matemáticas, ni a enunciar grandes teoremas, sino a aprender los procedimientos básicos de integración paso a paso, y conocer sus principales aplicaciones inmediatas.



PVP 30 €

310 pág.

- Método de integración • Integrales inmediatas tipo (1) o completas • Integrales inmediatas tipo (2) o potenciales • Integrales inmediatas tipo (3) o logarítmicas • Integrales compuestas • Integrales de polinomio cuadrático en el denominador • Integrales racionales • Integrales por partes [...]



Ejercicios de matemática financiera

Cristina Sanz Villegas
Javier Zúñiga Rodríguez

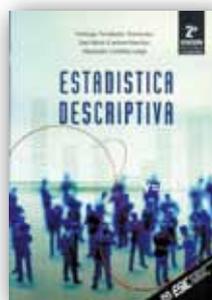
El texto aproxima los planteamientos clásicos de la matemática financiera al desarrollo práctico de los productos que actualmente existen en el mercado financiero.



PVP 25 €

320 pág.

- Teoría formal de la matemática financiera • Leyes financieras de capitalización y descuento • Rentas financieras ciertas • Operaciones de descuento de efectos comerciales • Operación con activos financieros a corto plazo • Operaciones con cuentas corrientes [...]



Estadística descriptiva

Santiago Fernández
José María Cordero
Alejandro Córdoba

El presente libro ha sido concebido como una herramienta que permita llevar a cabo el tratamiento de la información numérica para facilitar al investigador la obtención de conclusiones y posterior toma de decisiones.

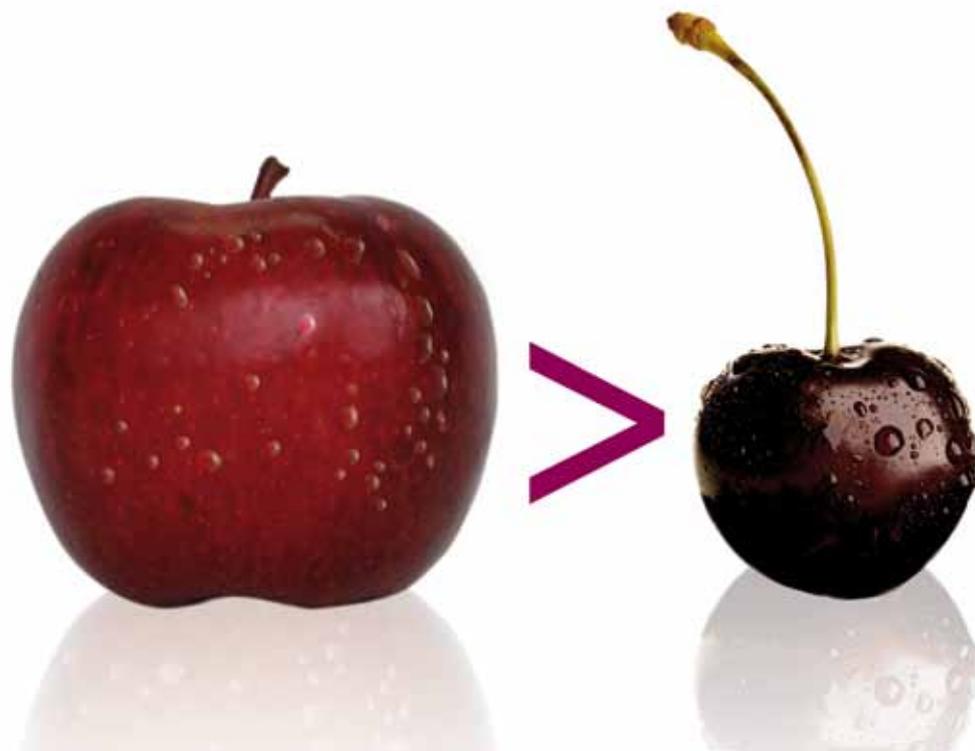


PVP 35 €

566 pág.

2ª EDICIÓN

- Tablas y gráficos estadísticos • Medidas de posición • Medidas de dispersión • Medidas de concentración y de forma • Números índice • Distribuciones bidimensionales • Métodos de ajuste • Correlación y regresión múltiple [...]





Introducción al análisis matemático II

José Manuel Casteleiro Villalba

Este libro es continuación del libro Introducción al análisis matemático I de la misma editorial. En suma este libro es un método didáctico para enseñar análisis de forma AUTODIDACTA y sistemática.



PVP 25 €
324 pág.

- Derivadas parciales • Diferenciación total • Derivadas implícitas de varias variables • Regla de la cadena y derivada logarítmica • Aplicaciones de las derivadas de varias variables [...]



Manual de estadística universitaria inductiva

Jaime Serret Moreno-Gil

Se muestran de forma sencilla, clara y práctica los puntos más importantes de la estadística, describiendo los principales procedimientos que se suelen aplicar en la vida profesional.



PVP 23 €
348 pág.

- Teoría de la probabilidad • Variable aleatoria y distribución de probabilidad • Modelos univariantes de distribución • Estimadores estadísticos • Contrastes de hipótesis • Análisis de alianza • Uso y tablas estadísticas [...]



Manual para la matemática universitaria Análisis matemático I

Rafael Paniagua
Rubén Darío Rodríguez
José Manuel Casteleiro
Antonio Martínez
Santiago Fernández

Este libro comprende el estudio de la convergencia de sucesiones y series de número reales, funciones y límites de funciones de una variable real y el concepto de derivada.



PVP 32 €
420 pág.

- 120 problemas resueltos • 230 ejemplos intercalados • 170 propuestas ayudan a saber utilizar el cálculo de una variable real y el porqué se aplica a otras materias [...]



Manual para la matemática universitaria Análisis matemático II

José Manuel Casteleiro,
Ignacio del Santo,
Antonio Martínez,
Santiago Fernández,
Rafael Paniagua
Rubén Darío Rodríguez

Como continuación del volumen I, estudia y desarrolla el análisis de funciones multivariantes, con todas sus posibilidades de derivación y diferenciación.



PVP 19 €
256 pág.

- 160 ejemplos intercalados en la teoría y 140 problemas propuestos [...]



Manual para la matemática universitaria Álgebra lineal

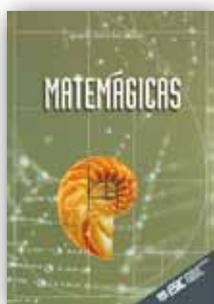
Rafael Paniagua
Rubén Darío Rodríguez
José Manuel Casteleiro
Antonio Martínez
Santiago Fernández

Manual práctico para adentrarse en el conocimiento y desarrollo de unos conceptos básicos de álgebra como base de una amplia gama de aplicaciones prácticas.



PVP 30 €
492 pág.

- Estructuras algebraicas • Matrices • Determinantes • Sistemas de ecuación lineales • Aplicaciones lineales entre espacios vectoriales • Diagonalización de matrices reales cuadradas • Formas biliares • Formas cuadráticas [...]



Matemáticas

Ignacio Soret Los Santos

A través de jeroglíficos, ejercicios de adivinación o transmisión del pensamiento y otras propuestas esotéricas, el autor expone los elementos fundamentales de las matemáticas; también añade reflexiones curiosas mediante cuentos filosóficos y textos literarios o teatrales. Todo ello para disfrutar tranquilamente de la magia de las matemáticas.



PVP 23 €
344 pág.

- Juego con los números • Números amigos • Geometría • Ecuaciones y caos, o el caos de las ecuaciones • Derivar. Estimar. Integrar • Cálculos sorprendentes • Posible. Probable. Plausible [...]



La matemática es fácil

Manual de matemática básica para gente de letras

José Manuel Casteleiro Villalba

Hay que enterrar el tópico que clasifica a la humanidad como gente de letras o de ciencias. Cualquier persona con una capacidad media puede llegar a ser un buen abogado, médico o ingeniero. Una nueva didáctica para superar un antigua barrera.

- Concepto de función real de variable real • Fracciones • Potenciación • Radicación • Operaciones con polinomios • Función compuesta y función inversa • Ecuaciones lineales • Ecuaciones de segundo grado • Ecuaciones de grado N ...



PVP 25 €
462 pág.

2ª EDICIÓN



Derivar es fácil

Manual autodidáctico

José Manuel Casteleiro Villalba

No existen materias difíciles, sino materias mal explicadas o explicadas de forma compleja. Este libro constituye un método didáctico para aprender a derivar de forma fácil y sistemática, manejando con cierta soltura las derivadas de cualquier función, conceptos que son básicos para entender posteriormente la Integración.

- Introducción a la idea de derivada y preparación para su cálculo
- Derivada de la función potencial
- Derivada de la función exponencial
- Derivada de la función potencial-exponencial
- Operaciones con Derivadas
- Derivada de la función logarítmica
- Derivación de las funciones trigonométricas
- Derivadas de funciones trigonométricas inversas
- Derivadas sucesivas [...]



PVP 20 €
280 pág.



Las matrices son fáciles

Manual autodidáctico

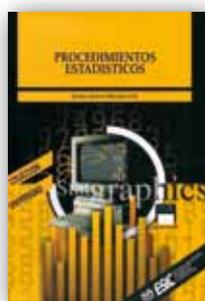
José Manuel Casteleiro

Este es un libro eminentemente práctico, al punto que se podría definir como libro de problemas, al que se le ha añadido la teoría necesaria y suficiente, para entender los procesos matemáticos de esta materia, además en este libro se ha realizado un esfuerzo considerable para explicar las cosas de una forma lo más clara posible.



PVP 24 €
320 pág.

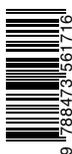
- Matrices
- Determinantes
- Rango e inversa de una matriz
- Sistemas de ecuaciones lineales [...]



Procedimientos estadísticos con statgraphics

Jaime Serret Moreno-Gil

El contenido del libro, de forma global, responde al que es frecuente en cualquier tratado de estadística superior.



PVP 35 €
532 pág.



CONTIENE
DISKETTE

- I. Uso de statgraphics
- II. Estadística descriptiva
- III. Estadística inductiva
- IV. Series temporales
- V. Estadística de dos variables [...]



La derivada parcial es fácil

Manual autodidáctico

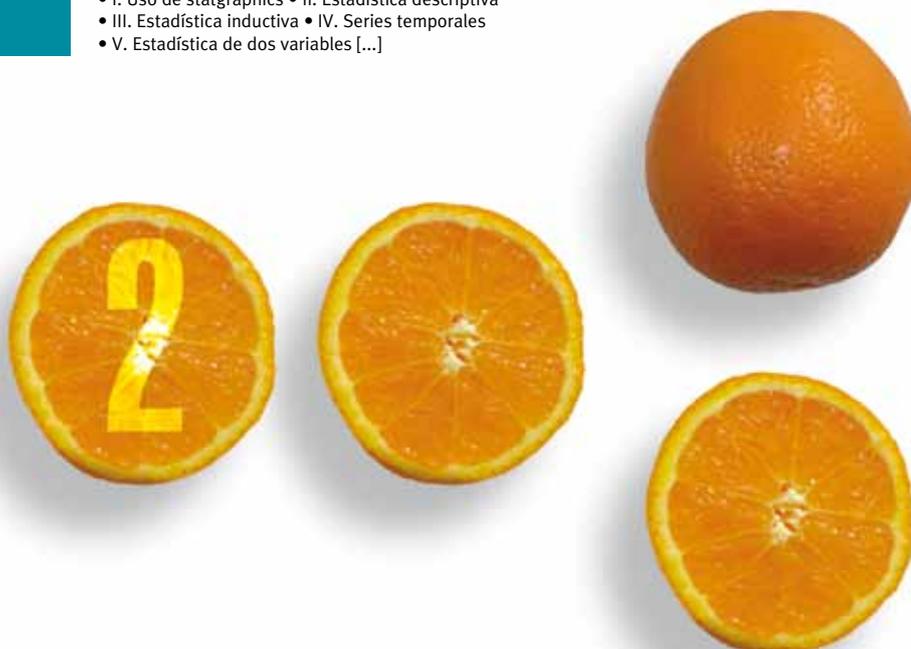
José Manuel Casteleiro

Continuación del libro *Derivar es fácil* y por tanto también un libro AUTODIDÁCTICO que, utilizando los mismos mecanismos, pretende introducirnos en el cálculo de las derivadas parciales de forma suave, sin grandes diferencias y con el convencimiento de que si se ha entendido el primero se entenderá a su vez el presente texto.



PVP 22 €
270 pág.

- Derivadas parciales
- Diferencial total
- Derivadas implícitas de varias variables [...]



Economía



Análisis de series temporales económicas I

Modelos estructurales

José Hernández Alonso

Aunque se trata de un texto elemental, pretende proporcionar al estudiante un conocimiento teórico-práctico adecuado, sin agobiar con excesivos desarrollos matemático-estadísticos.



PVP 12,50 □

116 pág.

2ª EDICIÓN



Análisis de series temporales económicas II

José Hernández Alonso

Este libro es una introducción a la Econometría, válido para estudiantes de economía no iniciados en la materia y para toda persona interesada en el conocimiento de las técnicas econométricas, sea o no especialista en el campo económico.



PVP 12,50 □

98 pág.

2ª EDICIÓN

- Introducción a la regresión lineal • Enfoque estructural. Conceptos básicos • Modelo uniecuacional lineal
- Problemas esenciales del modelo • Elaboración de modelos estructurales • Bibliografía [...]

- Introducción a la regresión lineal • Enfoque estructural. Conceptos básicos • Modelo uniecuacional lineal
- Problemas esenciales del modelo • Elaboración de modelos estructurales • Bibliografía [...]



Cuestiones básicas de macroeconomía aplicada

María Teresa Freire
Miguel Ángel Alonso Neira

El presente libro pretende cumplir la función de apoyo, desde el punto de vista práctico, a los manuales de introducción a la macroeconomía elemental, utilizados por aquellos que por primera vez se enfrentan con el estudio de esta materia.



PVP 15 □

168 pág.



Los sistemas de innovación en Europa

Sergio A. Berumen

Con la colaboración de expertos españoles, alemanes, italianos, portugueses y holandeses se desvela el funcionamiento de los Sistemas de Innovación de doce países de la Unión Europea. Conocer esta realidad es clave para el futuro de los países y la Sociedad de la Información y el Conocimiento.



PVP 21 □

262 pág.

- Medida de la actividad económica: contabilidad nacional e indicadores económicos • El modelo renta-gasto sencillo: economías domésticas y empresas
- Economía abierta: sector exterior • Mercado de trabajo e inflación [...]

- El Sistema de Innovación de España • El Sistema de Innovación de Alemania • El Sistema de Innovación de Austria • El Sistema de Innovación de Bélgica
- El Sistema de Innovación de Francia • El Sistema de Innovación de Irlanda [...]



NOVEDAD



Los métodos de decisión multicriterio y su aplicación al análisis del desarrollo local

Francisco Llamazares y Sergio A. Berumen

Para comprender la organización territorial de los países, cada vez es más necesario estudiar el entorno socioeconómico de las regiones y de las localidades ...



PVP 30 €
387 pág.

- Los fundamentos del desarrollo económico local
- Técnicas cuantitativas aplicadas al análisis del desarrollo económico local
- Identificación de las variables objeto de estudio en el análisis del desarrollo económico local [...]



El pensamiento en la política económica

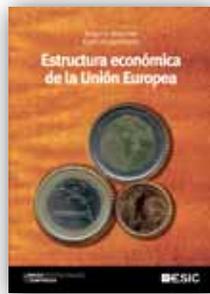
Javier Casares Ripol

En este libro se abordan enfoques teóricos desde el mercantilismo y los clásicos hasta la teoría de juegos pasando por las aportaciones keynesianas y de las escuelas italiana, alemana y escandinavo-holandesas, los enfoques institucionalistas y de la teoría de la elección pública, la crítica de Lucas, etc.



PVP 13 €
152 pág.

- Dicotomías básicas de la teoría de la política económica
- Principales aportaciones teóricas hasta el siglo XX
- La economía del bienestar y las aportaciones keynesianas
- Escuelas italiana, alemana y escandinavo-holandesa
- El institucionalismo [...]



Estructura económica de la Unión Europea

Sergio A. Berumen

Este libro pretende mostrar una aproximación a la estructura económica de la UE, repasando la cronología del proceso histórico de la integración, estudiando las instituciones de las Comunidades Europeas, mostrando los principales organismos de la UE y su funcionamiento, para acabar desvelando las principales políticas públicas comunitarias.



PVP 24 €
380 pág.

- El proceso histórico de integración de la UE
- Instituciones de la UE
- Finanzas y políticas públicas de la U.E. [...]



Introducción a la microeconomía

Comportamientos, intercambio y mercados

Miguel Cuervo Mir
Mª Teresa Freire Rubio

La estructura del libro pretende poner de manifiesto lo que se considera más relevante dentro de lo elemental de la economía, para un estudiante de marketing.



PVP 24 €
290 pág.

3ª EDICIÓN

- El comportamiento de los consumidores y de los productores
- El intercambio
- El mercado
- Elección y tiempo en economía
- Diferentes formas de mercado
- La cara oculta de la economía
- Medio ambiente
- Otra visión de la familia
- Servicios obligatorios a la colectividad [...]



Introducción a la economía internacional

Sergio A. Berumen

Se exponen las bases más importantes en las que se desarrollan los intercambios económicos entre los países. Su contenido se nutre de casos, esquemas, gráficos, cuadros e ilustraciones que apoyan los contenidos.

- La evolución del comercio internacional
- Crecimiento económico y comercio internacional
- Análisis del comercio internacional
- Integración económica internacional
- Economía internacional y desarrollo [...]



PVP 20 €
410 pág.

NOVEDAD



Multinacionales españolas en un mundo global y multipolar

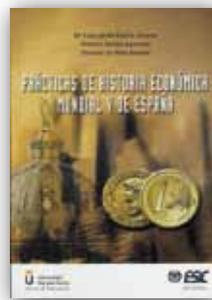
Ramón Casilda Béjar

Bancos y empresas españolas durante la última década del siglo XX, tras su expansión vertiginosa en América Latina, se convirtieron en multinacionales, para posteriormente transformarse en globales, ganando tamaño, poder, influencia y presencia internacional.



PVP 35 €
446 pág.

- Parte I: La globalización y las empresas multinacionales
- La globalización
- La globalización y las tres principales escuelas de pensamiento
- La globalización y la economía internacional
- La globalización y las empresas multinacionales
- Parte II: España en un mundo global en crisis [...]



Prácticas de historia económica mundial y de España

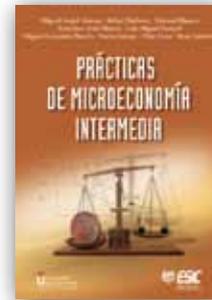
Mª Concepción Estella Álvarez
Victoria Arribas Escudero
Dionisio de Haro Romero

La presente obra tiene un objetivo claramente pedagógico que consiste en proporcionar unos materiales que cubren la práctica totalidad de conocimientos de Historia Económica Mundial y de España desde la crisis del siglo XIV hasta nuestros días.



PVP 14 €
246 pág.

- Concepto, objeto y metodología de la historia económica
- La crisis del siglo XV
- Transformaciones económicas en la Europa moderna: siglos XVI al XVIII [...]



Prácticas de microeconomía intermedia

Miguel Ángel Alonso
Rafael Barberá
Manuel Blanca
Francisco José Blanco
Luis Miguel Doncel
Miguel González-Blanch
Nuria Gómez
Pilar Grau Rosa Santero

Es un complemento a los manuales de microeconomía intermedia convencionales. También sirve de manual, para cursos intermedios de microeconomía.



PVP 16 €
186 pág.

- El mercado
- Teoría de la producción
- El consumo intertemporal
- Teoría del equilibrio general paretiano [...]



La política de la competencia en Europa

Sergio A. Berumen (Coordinador)

Ante la actual crisis económica y financiera internacional, se ha señalado al mercado como el principal culpable. Lo que parece indicar que no hace falta más, sino una mejor regulación que permita detectar las estafas y gestiones kamikazes.

- La política de la competencia en España
- La política de la competencia en nuestros vecinos más cercanos: Francia y Portugal
- La política de la competencia en Alemania
- La política de la competencia en Reino Unido
- La política de la competencia en Italia [...]



PVP 22 □

284 pág.



PVP 16 □

164 pág.

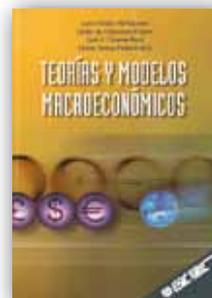
3ª EDICIÓN

Prácticas y conceptos básicos de microeconomía

María Teresa Freire Rubio
Francisco José Blanco Jiménez

Este libro pretende cumplir la función de apoyo a los manuales de introducción a la microeconomía elemental, utilizados por aquellos que por primera vez se enfrentan con el estudio de esta materia.

- Comportamiento de los consumidores: Teoría de la demanda
- Comportamiento de los productores: Teoría de la oferta
- Un lugar de encuentro para el intercambio: Mercado
- Mercado de competencia perfecta [...]



PVP 30 □

360 pág.

Teorías y modelos macroeconómicos

Justo Sotelo Navalpotro
Julián de Unamuno
Juan I. Cáceres Ruiz
María Teresa Freire Rubio

El análisis económico que se realiza en este libro busca arrojar algo de luz a un problema que al final no persigue conocer otra cosa que el comportamiento del hombre en la búsqueda de la verdad. Se hace a través de las principales teorías económicas.

- Sobre el carácter empírico de las ciencias sociales
- Una evolución de la ciencia económica
- Medida de la actividad económica
- El modelo neoclásico
- Consideraciones de Keynes [...]



PVP 18 □

142 pág.

La economía edificada sobre arena

Causas y soluciones de la crisis económica

Álvaro Anchuelo Crego
Miguel Ángel García Díaz

Dirigido al ciudadano medio no especializado en Economía, el propósito de esta obra es explicar de manera clara y rigurosa las causas del repentino colapso económico que vivimos y qué tipo de medidas podrían solucionarlo.

- La crisis financiera internacional
- La crisis propia de la economía española
- Una evaluación crítica de las medidas para afrontar la crisis [...]



Recursos humanos



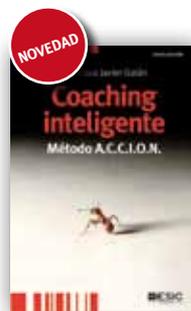
PVP 20 €
288 pág.

Buenas prácticas de recursos humanos

Luis Sarriés Sanz
Esther Casares García

En este libro, el lector verá referenciadas más de 250 empresas con «buenas prácticas». Sin embargo, no se trata de un mero repertorio. El objetivo del libro es que el directivo conozca los campos en los que puede innovar y la filosofía que debe haber detrás de una «buena práctica» para que él mismo pueda introducir mejoras.

- En busca del factor humano en las empresas y organizaciones
- De la ética de los negocios a la responsabilidad social corporativa
- La motivación de los empleados [...]



PVP 16 €
180 pág.

Coaching inteligente

Método A.C.C.I.O.N.
Francisco Javier Galán

Una reflexión teórica y práctica sobre la capacidad que tiene todo individuo para conseguir una calidad de vida totalmente satisfactoria, es decir, vivir con quien quieres, trabajar donde quieres, vivir donde quieres y comer lo que quieres. ...

- I- EL CONCEPTO • Introducción • ¿Qué conseguirás?
- Calidad de vida • Todo tiene un P.V.P. "Tú eliges"
- La 7 parálisis • II- EL MÉTODO • Método A.C.C.I.O.N.
- Actuar en las hojas de tu árbol • Concreta tu M.V.
- Concreta tus objetivos • Inicia tu P.A.I. • Organiza tus indicadores de resultados [...]



PVP 19 €
240 pág.

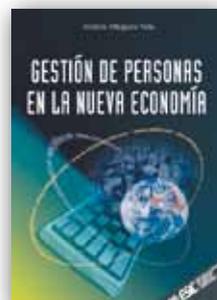
La revolución pendiente

Las personas en el centro de las organizaciones

Juan Luis Urcola Tellería

Los trabajadores son el eje y centro de la organización, son los protagonistas principales de cualquier actividad que se desarrolle en el seno de la empresa, un claro factor diferencial, una importante ventaja competitiva.

- La importancia de las personas en las organizaciones
- Dirigir personas en el nuevo marco de actuación
- Necesidad y prevención • Dirigir liderando • Potenciar el trabajo en equipo • Impulsar la participación
- Desarrollar un marco motivacional • Facilitar vías de comunicación y relación [...]



PVP 14 €
168 pág.

Gestión de personas en la nueva economía

Andrés Mínguez Vela

En este tercer libro, el autor se centra en las personas que mueven las empresas en la Nueva Economía, término que engloba a cualquier empresa capaz de competir con éxito en un mercado globalizado y con zonas muy diferenciadas.

- Las empresas de la nueva economía • Habilidades directivas en las empresas de la nueva economía
- Políticas de RR.HH. en las empresas de la nueva economía • Perfiles profesionales de los trabajadores del conocimiento [...]





La responsabilidad social corporativa interna

La “nueva frontera” de los Recursos Humanos
Manuel Carneiro Caneda

El libro trata sobre la responsabilidad aplicada al mundo de las empresas, en concreto la denominada Responsabilidad Social Corporativa, específicamente en su vertiente interna. Se pretenderá analizar tanto el concepto y sus características, como sus orígenes y sus derivadas.



PVP 20 €
256 pág.

- La responsabilidad social: un concepto empresarial de actualidad
- La responsabilidad social interna [...]



La retribución

Daniel Patricio Jiménez

En plena crisis de valores, la presente obra pone en evidencia la necesidad de un punto de inflexión en lo que hasta ahora se ha entendido por sistema de incentivos, provocando una profunda reflexión en el contenido y alcance del término “satisfacción”, situándonos más allá de la mera contraprestación al trabajo realizado.



PVP 15 €
164 pág.

- Factores y sistema de compensación
- Desarrollo histórico y perspectivas actuales
- Reflexiones sobre política retributiva
- Estructura legal del salario
- Determinación de los niveles salariales en base al contenido funcional del puesto [...]



Liderazgo y motivación de equipos de trabajo

Maite Palomo Vadillo

Este libro pretende orientar y guiar a mandos y directivos en las diferentes funciones que desempeñan en la empresa y ayudarles a superar sus déficits de formación.



PVP 20 €
280 pág.

7ª EDICIÓN

- El liderazgo
- La motivación
- El trabajo en equipo
- Las competencias del mando en el desarrollo de los equipos de trabajo
- Herramientas de gestión para el desarrollo y dirección de equipos de trabajo [...]



Management estratégico

Isabel de Val Pardo

Las actuales maneras de competir, han dado vida a una nueva prioridad empresarial, que consiste en tener que replantearse la capacidad de elegir el rumbo de la empresa. Los directivos de las empresas deben orientar la toma de decisiones y acciones a las situaciones futuras, intentando adaptar la posición competitiva a las circunstancias imperantes



PVP 17 €
180 pág.

- Diagnóstico de la empresa
- Diagnóstico externo
- Elección de estrategias
- Implantación de estrategias
- Guía práctica [...]



Manual de recursos humanos

Daniel Patricio Jiménez

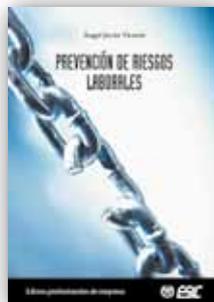
La presente obra resume la experiencia acumulada en numerosos años en el mundo empresarial y académico, sintetizando las principales prácticas utilizadas en las direcciones de recursos humanos.



PVP 20 €
281 pág.

2ª EDICIÓN

- Introducción a los recursos humanos
- Planificación y requerimientos del puesto de trabajo/DPT-VPT
- Competencias organizacionales. Introducción. Concepto y clasificación
- El proceso de selección
- Contrato de trabajo y representación social [...]



Prevención de riesgos laborales

Ángel Javier Vicente Pérez

Este libro pretende dar explicación a todas estas cuestiones desde un enfoque eminentemente intuitivo, para que en nuestras empresas llevemos a cabo actuaciones eficaces en materia de prevención, a desarrollar en el seno de la organización e integrar todas las medidas preventivas necesarias en el conjunto de sus actividades.



PVP 18 €
226 pág.

- Accidente de trabajo y enfermedad profesional
- Ley Prevención Riesgos Laborales en la Empresa
- Coordinación de actividades empresariales, contratos y subcontratas
- Empresas de trabajo temporal [...]



Las diez erres en la dirección de personas

Ángel Baguer Alcalá

Más allá de los sistemas de gestión orientados a la mejora del sistema productivo, encontramos este método, práctico y eficaz, para la dirección de personas en una organización, desde el reclutamiento del talento hasta su retención.

- Presentación
- Reclutamiento
- Recibimiento
- Responsabilidad
- Retos de equipo
- Respeto ético
- Relaciones laborales
- Reconocimiento del trabajo
- Reciclaje profesional
- Replanteamiento constante
- Retención del talento [...]



PVP 16 €
286 pág.



100 errores en la dirección de personas

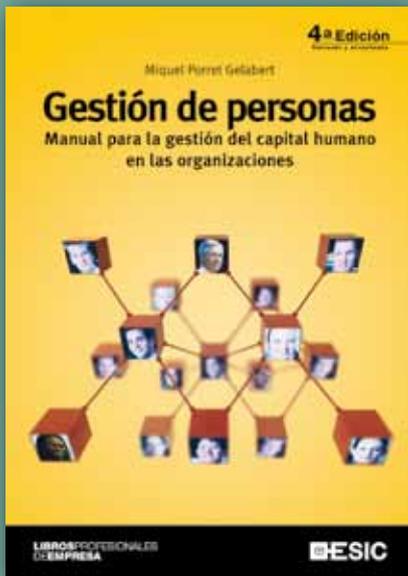
José María Acosta Vera

Dirigir un equipo es muy complejo. Como nadie nos enseña a dirigir, es normal que caigamos en determinados errores. La experiencia nos va enseñando, lentamente, a evitar algunos de ellos. Pero el libro de José M^a Acosta nos ahorra una buena parte del camino.



PVP 15 €
213 pág.

- Prólogo
- Introducción
- Estrategia
- Estructura
- Liderazgo
- Inteligencia emocional
- Motivación
- Comunicación
- Mail
- Delegación
- Reuniones
- Análisis de problemas [...]



Gestión de personas

Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones

Miquel Porret Gelabert

La obra recoge los aspectos actuales en la materia y lo hace desde una perspectiva moderna de lo que es la dirección y gestión de las personas en la empresa, procurando mantener un equilibrio entre la Psicología del Trabajo, el Derecho Laboral y la Organización de Empresas que confluyen indisolublemente en esta disciplina.

- Las organizaciones y las personas • Los grupos y la motivación • El liderazgo [...]



PVP 26 €
606 pág.

4ª EDICIÓN



Reputación empresarial y ventaja competitiva

Gregorio Martín de Castro

Una combinación completa de activos intangibles conforma lo que llamamos reputación empresarial. Cómo se identifica, se mide y su valor en la gestión empresarial son el objeto de esta obra que incluye también aplicaciones prácticas y ejemplos de empresas españolas.



PVP 18 €
150 pág.

- Concepto y características de la reputación empresarial • Identificación y medición de la reputación empresarial • Reputación empresarial y ventaja competitiva sostenida • Reputación empresarial y capital relacional • Conclusiones • Bibliografía [...]



Valores éticos

La posibilidad de lo imposible

Alejandro Córdoba

El autor propone nadar en España, y no precisamente por su estilo de juego y sus triunfos, sino por su disciplina, entrega, humildad, control de sus miedos y debilidades, superación y fe en sí mismo que hacen que nunca de un partido por perdido.



PVP 16 €
289 pág.

2ª EDICIÓN

- Introducción • Nociones previas sobre el Management: una visión histórica de su evolución • Aproximación conceptual a la inteligencia emocional • La competencias directivas • El papel de las emociones en el comportamiento • Propuesta de un modelo integral de competencias directivas [...]



Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica

Fernando Navarro García

Una aproximación a la RSC de la mano del director de Formación y Desarrollo de la Fundación Acción contra el Hambre con un enfoque constructivo, incidiendo no sólo en los errores y fraudes sino también en las buenas prácticas.



PVP 24 €
447 pág.

2ª EDICIÓN

- Casos de marketing estratégico en las organizaciones • Plan de marketing en la práctica, el 13ª ed. • Generación marketing • Manual de marketing • Consumo y derecho [...]



El camaleón

Guía para superar con éxito procesos de selección en tiempos de crisis

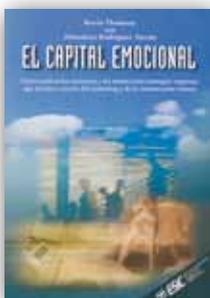
Francisco Javier Vedriel y Alberto Tuñón

El Camaleón es una respuesta veraz y optimista a la vorágine de desdicha que sufre el mercado laboral español, y una guía inestimable para conseguir el ansiado trabajo al que todos aspiramos.



PVP 15 €
184 pág.

- Las mentiras frente a la cruda realidad • ¿Cuántos colores existen? • Los siete pilares de El Camaleón: Cura de humildad • La vida más allá del trabajo • Contactocracia y redes sociales • Customización • Información y adaptación • It's show time! • Show me the Money • Conclusión



El capital emocional

Kevin Thomson, Almudena Rodríguez Tarodo

La gran mayoría de las empresas consideran el capital emocional como un importante activo en sus balances, que, sin olvidar el capital intelectual, se prevé que en un futuro muy próximo tendrá mayor alcance e importancia.



PVP 17 €
222 pág.

- Capital intelectual versus capital emocional • Elementos internos y externos del capital emocional • Una aproximación estratégica para la gestión de clientes internos • Las seis dimensiones de las relaciones guiadas por el marketing [...]



Remuneración, retribución y motivación de vendedores

Agustí Casas Romeo

Esta obra pretende de forma sencilla, analizar de forma dialéctica y didáctica los aspectos más destacados, desde una óptica directiva, sobre la combinación de los principales tópicos respecto a la remuneración y la motivación.



PVP 16 €
240 pág.

- La contraprestación por el trabajo • La estructura distributiva • La motivación. Conceptos elementales • El papel del reconocimiento [...]



El formador en la empresa

Andrés Mínguez Vela

La formación de adultos es el tema central del libro. En él, el autor explica sus más de veinte años de experiencia en este campo y nos facilita una visión global, de carácter teórico-práctico, que permite a cualquier persona interesada en el tema, finalizar la lectura del libro con la sensación de haber incrementado sus tres «saberes».



PVP 22 €
258 pág.

- Introducción a la formación en las organizaciones • Aprendizaje adulto • Comunicación y formación • Métodos didácticos • Habilidades docentes • Recursos didácticos [...]



La pirámide hueca
Conciliación de la vida profesional y personal

*María de Andrés Rivero
 Eugenio de Andrés Rivero*

La conciliación de la vida profesional y familiar es un tema que nos afecta a todos. Este libro explora sus claves de una forma sencilla y práctica, para poder avanzar en este campo tanto desde un punto de vista personal como empresarial.



PVP 11,50 €
 230 pág.

9ª EDICIÓN

- La historia • Tizoc - El guerrero • Yoltzin - El comerciante • Itzel - El artesano [...]



Sé innovadorRH
Utiliza las claves del marketing para potenciar la gestión de personas

D. Primo Niembro E. de Andrés Rivero

Crear, y sobre todo implantar, un modelo de dirección de personas que responda a las expectativas de los profesionales de hoy, es uno de los principales retos a los que se enfrentan en la actualidad los departamentos de recursos humanos.



PVP 19 €
 364 pág.

- Claves de nuevo management • Transmitiendo pasión • ¡Posiciónate! • El café para todos ha muerto • El valor de la relación • En busca de la fidelidad • Discriminando positivamente • Cultura de compromiso [...]



El proyecto
La búsqueda del equilibrio personal-laboral

Nerea Urcola Martiarena

Equilibrio no es sinónimo de conciliación sino de entender al ser humano como una suma de dimensiones diferentes y a la vez complementarias que necesitan ser cultivadas de manera independiente y proporcionada para poder encontrar la felicidad.



PVP 16 €
 230 pág.

- Ganarás el pan con el sudor de tu frente • Iniciando el viaje • De dónde vengo • Dónde estoy • A dónde voy [...]



Cómo escribir y publicar una tesis doctoral

Jaime Rivera-Camino

Este libro es el resultado de varios años de experiencia en supervisión de tesis doctorales en programas de diversas universidades. Los contenidos y la estructuración de los mismos han sido contrastados con alumnos y académicos de varios países.



PVP 15 €
 181 pág.

- ¿Qué es una tesis doctoral y para qué sirve? • Las etapas en la elaboración de la propuesta • La redacción de la tesis • Después/Defensa de la tesis • Publicación de la tesis • Bibliografía.



Dirigir personas: Fondo y formas

Juan Luis Urcola Tellería

Este libro, impregnado de “sentido común” ofrece al lector la posibilidad de comprender de una forma clara la esencia de la dirección de personas, así como las habilidades directivas precisas en un entorno cambiante como el actual.

- La función de dirigir • La percepción y dirección del cambio • Tener objetivos claros • El análisis de problemas y la toma de decisiones • El control • La gestión del tiempo • La delegación • El liderazgo • El trabajo en equipo • La dirección de reuniones • La gestión de conflictos [...]



PVP 26 €
 446 pág.

6ª EDICIÓN



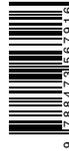
Comercio internacional



Comercio internacional

José Luis Jerez Riesco

El presente libro se propone acercar a los futuros profesionales hacia una vinculación de las transferencias con terceros mercados.



PVP 22 €

300 pág.

4ª EDICIÓN



Financiación internacional de la empresa

José de Jaime Eslava
Diego Gómez Cáceres

En este libro se pretende recoger de forma sencilla, amplia y práctica, aquellas técnicas más relevantes de la gestión financiera internacional de la empresa, tanto en los mercados locales como internacionales.



PVP 25 €

356 pág.

- Los organismos internacionales y el comercio exterior
- Los incoterms • El sistema aduanero • Medios de pago y cobro internacionales • Los documentos usuales en el comercio exterior • Contratación internacional [...]

- Los medios de cobro y pago en el comercio internacional • El crédito documentario como instrumento de pago internacional • Los nuevos medios de cobro y financiación internacional • La financiación de las operaciones de comercio internacional a corto plazo [...]



Guía práctica de contratación internacional

Alfonso Ortega Giménez

En un mundo cada vez más globalizado, la internacionalización empresarial empieza por convertirse en una clave de supervivencia no sólo de las grandes empresas sino también para muchas pymes.



PVP 18 €

210 pág.

2ª EDICIÓN

- Elementos básicos de la contratación internacional
- El contrato de compraventa internacional de mercancías
- El contrato de agencia comercial internacional
- El contrato de concesión o distribución internacional
- El contrato de franquicia internacional (...)





La banca en el comercio internacional

Diego Gómez Cáceres
F. Marqués Zomoza

En este libro reflejamos los diferentes medios de pago y cobro internacionales, los contratos bancarios-financieros del comercio exterior (préstamo, anticipo sobre documentos, descubierto en cuenta, descuentos de letras-pagarés, factoring, leasing, forfaiting, etc).

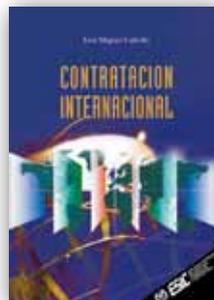


PVP 25 €
312 pág.



CONTIENE CD

- Medios de pago en el comercio internacional
- Contratos de financiación del comercio internacional
- Garantías bancarias internacionales [...]



Contratación internacional

J. Miguel Cabello González

Este manual aborda aspectos principales que concurren en un contrato internacional, su formación, los elementos esenciales del mismo y los principales factores de riesgo.



PVP 16 €
112 pág.



CONTIENE DISKETTE

- La contratación internacional
- La compraventa internacional
- Los contratos de intermediación comercial
- Contratos sobre propiedad industrial
- Vías de prevención y resolución de conflictos: el arbitraje comercial internacional [...]



Las aduanas y el comercio internacional

Miguel Cabello Pérez

Centrado en los nuevos cambios que se han producido en la legislación aduanera comunitaria, este texto nos aproxima a la política que regula el comercio exterior de la Unión Europea.



PVP 20 €
255 pág.

3ª EDICIÓN

- Primeras globalizaciones
- Del GATT a la OMC
- Integración comercial de territorios
- Uniones aduaneras
- Zonas de libre comercio
- Integración europea
- Integración americana
- Integración en Asia y Australia [...]



Los contratos en el marketing internacional

Diego Gómez Cáceres
Gregorio Cristóbal Cárte

El lector encontrará en el libro todos los contratos que afectan directamente al Marketing Internacional y a la Cooperación Empresarial, tales como compraventa, suministro, agencia, representación, llave en mano.



PVP 28 €
392 pág.

- El marketing social o marketing interno
- Marketing y sociedad de consumo
- Las incógnitas del tercer milenio
- La apariencia humana de las empresas
- La ética en el mundo laboral
- La ética y los escándalos empresariales [...]



Mercados electrónicos

Nuevos sistemas de pago

Diego Gómez Cáceres
Luis Corbalán Sánchez de las Matas

Este libro trata de analizar los sistemas de pago, especialmente los europeos, también trata de deducir, profundizando en las necesidades de la industria, el comercio, las finanzas, etc., cuál será el futuro de éstos y hacia dónde se tienen que encaminar los esfuerzos de las partes involucradas.



PVP 22 €
314 pág.

2ª EDICIÓN



CONTIENE CD

- Sistemas de pago (connector, ariax, fx-alliance, rtgs)
- Sistemas de pago en Europa [...]



Mercados internacionales

Inversiones extranjeras

Diego Gómez Cáceres

Este libro está especialmente enfocado para dar a conocer a través de un Business Game-Simulador, la posición de un inversor nacional (local) de cualquier país que se enfrenta al reto de decidir dónde puede invertir sus ahorros en el corto plazo, independientemente de las formas domésticas usuales y de las bolsas nacionales e internacionales.



PVP 30 €
280 pág.

- Tipo de cambio monedas extranjeras
- Intereses de la inversión inicial
- Mejor moneda extranjera de la inversión
- Decisiones del inversor [...]



Gestión del comercio Exterior

Isabel González López, Ana Isabel Martínez Senra, Mª Carmen Otero Neira, Encarnación González Vázquez

La nueva legislación comunitaria va a tener importantes consecuencias para los operadores económicos y para la Administración aduanera. Aquí encontraremos el "paso a paso" de las operaciones de comercio exterior (condiciones de envío, medidas de política comercial, obstáculos al comercio, normativa aduanera y medidas de fomento a la exportación).

- Parte I: Aspectos básicos del comercio internacional
- Comercio nacional, exterior e internacional [...]



PVP 25 €
350 pág.

2ª EDICIÓN

NOVEDAD



Business and Investments in Asia

New Challenges, New Opportunities

Jorge Mongay

La globalización actual está cambiando el centro de gravedad de los negocios en todo el mundo. El clásico triángulo York-Londres-París ha sido sustituido por un nuevo eje estratégico localizado en los países emergentes.

Idioma: Inglés

- Brief Introduction • Acknowledgements
- Investments and Business in China
- Investments and Business in Cambodia
- Investments and Business in Vietnam [...]



PVP 22 □

283 pág.



Riesgos financieros y operaciones internacionales

Simulador business game

Diego Gómez Cáceres

Jesús M. López Zaballos

Escoge los diferentes riesgos financieros que suelen afectar directamente a las operaciones, locales e internacionales, complementándose con un «Simulador Business Game» de una operación internacional sencilla de exportación-importación, donde se recoge la importancia de los riesgos de cambio



PVP 32 □

432 pág.

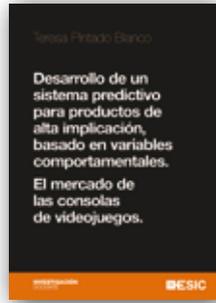


CONTIENE
DISKETTE

- Riesgo financiero • Riesgo de mercado • Riesgo de crédito • Riesgos no cuantificables [...]



Investigación docente



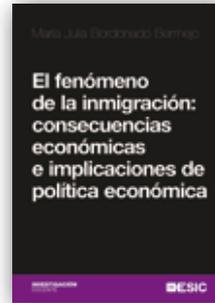
Desarrollo de un sistema predictivo para productos de alta implicación, basado en variables comportamentales. El mercado de las consolas de videojuegos.

Teresa Pintado Blanco

El modelo utiliza las variables relacionadas con el comportamiento de los usuarios de consolas de videojuegos de sobremesa, siendo éste el producto seleccionado para realizar la investigación aplicada.

PVP 90 €
322 pág.

• PARTE I. Planteamientos conceptuales • El comportamiento del joven consumidor [...]



El fenómeno de la inmigración: consecuencias económicas e implicaciones de política económica

María Julia Bordonado Bermejo

Las aportaciones efectuadas sobre un análisis conjunto de los efectos económicos de la inmigración y sus consecuencias para la política económica han sido escasas, y más si tenemos en cuenta su relevancia para diseñar una política europea común.

PVP 90 €
304 pág.

• Principios generales de la inmigración • Aspectos teóricos de la inmigración • Consecuencias económicas de la inmigración [...]



El perfil competencial del puesto de director/a de marketing en organizaciones de la Comunidad de Madrid

Mª Teresa Palomo Vadillo

Esta investigación pretende determinar el perfil competencial del puesto de director/a de marketing en organizaciones de la Comunidad de Madrid, a partir de un modelo de gestión por competencias generado por la propia autora.

PVP 90 €
408 pág.

• Parte I. Delimitación conceptual. Modelos y tipologías de las competencias • Delimitación conceptual de las competencias • Modelos y tipologías de las competencias [...]



Inmigración y consumo. Estilos de vida de los inmigrantes en España

María Jesús Merino Sanz

Descubre y analiza los comportamientos de compra y consumo de los inmigrantes como un conjunto de segmentos de mercado con características bien diferenciadas que constituyen el segmento de población que más crece en cuantía y en significación económica.

PVP 90 €
406 pág.

• Introducción • Justificación de la investigación • Marco conceptual • Comportamiento del consumidor • Estilos de vida y consumo de los inmigrantes en España [...]



Influencia de la promoción comercial en las ventas de Marcas de Fabricantes versus Marcas de Distribución. Una aplicación a la categoría de bebidas energéticas

Julio Alard Josemaría

El presente trabajo de investigación tiene por objeto el estudio de las promociones de ventas dirigidas al consumidor, y de manera específica, los efectos producidos por esta actividad, en las ventas de Marcas de Fabricante (MF) y Marcas de Distribución (MD).

PVP 90 €
270 pág.

• Aproximación a los conceptos de Marca: capital marca y marca de distribución [...]



Influencia de la política de incentivos regionales en el desarrollo local de los Municipios Mineros de Castilla y León

Francisco Llamazares Redondo

Es esta una tesis que no limita su interés al valor científico de la investigación o al rigor formal y la coherencia de su metodología y sus argumentos, sino que provee de orientaciones de política económica, en su dimensión energética, regional y social.

PVP 90 €
410 pág.

• Introducción • Parte I. Marco teórico y de referencia Capítulo 1. Marco conceptual del desarrollo local [...]



Factores determinantes de la estructura financiera: Un análisis comparativo de empresas cotizadas de la Unión Europea

Rafael Ortega de la Poza

Las decisiones relacionadas con la estructura financiera de la empresa tienen importantes consecuencias para el futuro de la firma. La combinación de deuda y recursos propios de una empresa, que se precisa para financiar las necesidades de inversión, se denomina estructura financiera.



PVP 90 €
304 pág.

- Introducción • Objetivos • Mercados y terminología • Marco teórico • Evolución temporal • Análisis empíricos [...]



La política tecnológica de la UE: Fundamentos teóricos y evaluación económica

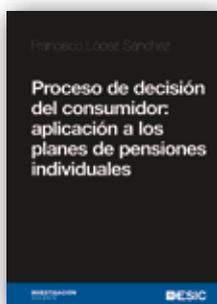
Alicia Coronil Jónsson

La tecnología —o el capital tecnológico— constituye uno de los factores productivos fundamentales, cuya acumulación, junto con la de capital humano y la de capital físico, hace posible el crecimiento y el desarrollo económico.



PVP 90 €
286 pág.

- PRIMERA PARTE: Aspectos teóricos de la política tecnológica y de la metodología de evaluación • La economía de las ideas: aspectos teóricos de las ideas y el progreso técnico • Métodos y técnicas para la evaluación de la política tecnológica: análisis comparativo [...]



Proceso de decisión del consumidor: aplicación a los planes de pensiones individuales

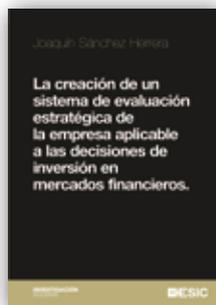
Francisco López Sánchez

El contenido de este libro está relacionado con el mundo de la Psicología (comportamiento de las personas), el Marketing (las personas como consumidores), y las Finanzas (toma de decisiones sobre productos financieros complejos).



PVP 90 €
378 pág.

- Aspectos preliminares • Investigación documental (I): el proceso de decisión del consumidor • Investigación documental (II): los planes de pensiones individuales • Investigación empírica [...]



La creación de un sistema de evaluación estratégica de la empresa aplicable a las decisiones de inversión en mercados financieros

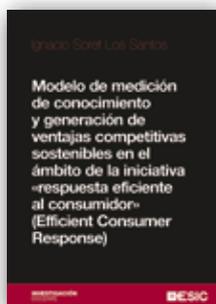
Joaquín Sánchez Herrera

El propósito de este trabajo es otorgar una importancia máxima a la gestión de marketing de la empresa, aplicándola a las decisiones de inversión o financiación.



PVP 90 €
522 pág.

- El concepto de Imagen • Imagen y posicionamiento de la empresa en el mercado • La influencia de la imagen de la empresa en el comportamiento del consumidor • Los mercados financieros y el sistema bursátil [...]



Modelo de medición de conocimiento y generación de ventajas competitivas sostenibles en el ámbito de la iniciativa «respuesta eficiente al consumidor» (Efficient Consumer Response)

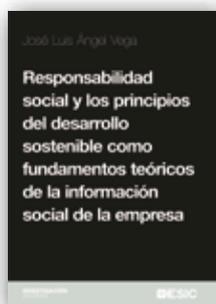
Ignacio Soret Los Santos

Esta iniciativa tiene su origen en Estados Unidos, tras la conferencia anual del Food Marketing Institut y previa actuación pionera de Wal-Mart, con el propósito de mejorar la productividad de la cadena de suministro.



PVP 90 €
424 pág.

- Presentación • Marco conceptual [...]



Responsabilidad social y los principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa

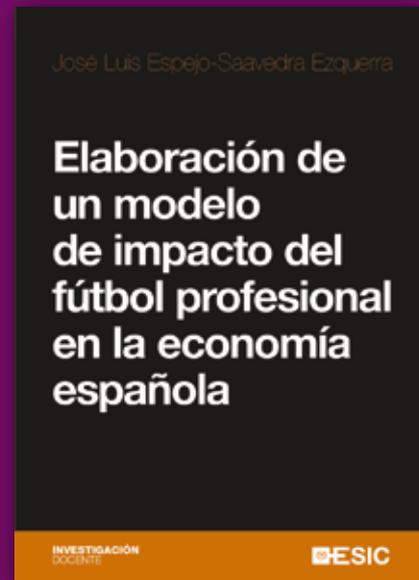
José Luis Ángel Vega

Cualquier política de responsabilidad social debe fundamentarse en un modo de comportamiento que se entienda como socialmente responsable. Tres pilares son la base sobre los que construir el comportamiento: la justificación o principios, el modo en que se lleva a cabo y sus consecuencias.



PVP 90 €
228 pág.

- La responsabilidad social de la empresa • Desarrollo sostenible y responsabilidad social de la empresa [...]



Elaboración de un modelo de impacto del fútbol profesional en la economía española

José Luis Espejo-Saavedra Ezquerra

La importancia del deporte radica en su carácter polivalente que le permite abarcar al mismo tiempo seis funciones diferentes: educativa, salud pública, social, cultural, lúdica, económica y redistributiva.

- La economía del deporte como rama de la economía del bienestar • El deporte como hecho social • El deporte como bien económico • Demanda de deporte • La oferta de deporte [...]



PVP 90 €
308 pág.

Cuadernos de documentación



Cuadernos de documentación engloba la edición de casos prácticos y documentaciones que facilitan el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.

- Análisis de problemas y toma de decisiones
- Análisis del entorno económico
- Análisis económico financiero en 100 ejercicios resueltos, El
- Análisis estratégico externo
- Análisis estratégico interno
- Análisis y gestión de riesgos en proyectos de internacionalización
- Aplicación de cálculo financiero para la toma de decisiones
- Beneficio a la caja, Del. Procedimiento para la elaboración del cuadro de origen
- Buen gobierno corporativo en el contexto de la responsabilidad social corporativa, El
- Consolidación de estados financieros
- Contratación con organismos multilaterales y fases de desarrollo de un proyecto
- Coste de capital, El
- Cuadro de mando integral “balanced scorecard”, El
- Desarrollo organizacional: cultura y cambio
- Descifrando el ADN de las marcas; elementos esenciales para la dirección estratégica de marcas
- Diagnóstico económico financiero de la empresa, El
- Diccionario de finanzas
- Dimensión tecnológica del entorno empresarial, La
- Dirección de producto
- Dirección sincronizada de operaciones
- Diseño económico-financiero del proyecto empresarial, El. Caso zora
- Distribución comercial; la eficiencia en la gestión de los canales
- Distribution channels
- Ejercicios de contabilidad empresarial
- Empresa y marketing
- Estrategia competitiva
- Estructura de capital: cómo financiar la empresa, La
- Estructura de la rganización
- Evaluación económica de las inversiones, La

- Finanzas para no financieros. Estados e indicadores económico-financieros
- Flujos de caja de la empresa, Los
- Gestión de la cadena de suministro, La
- Gestión de la liquidez
- Gestión de la tesorería
- Gestión de proyectos desde la propuesta al cierre
- Gestión de stocks
- Gestión del control interno en la empresa, La
- Gestión financiera en 100 ejercicios resueltos, La
- Gestión por competencias y talento
- Grupo santander
- Introducción a las finanzas de la empresa
- Introducción a las finanzas en 100 ejercicios resueltos, Una
- Introducción estratégica y organización
- Inventa con Photoshop
- Liderazgo. Conceptos y prácticas
- Marketing planning and control
- Plan de formación en la empresa, El
- Plan de marketing. Herramienta clave de gestión
- Plan de negocio internacional
- Planificación y control de proyectos con MS Project 2010. Caso práctico
- Planificación y descripción de puestos de trabajo
- Prevención de riesgos laborales
- Previsión de ventas
- Product Management
- Product's Flow & Display Management
- Proyecto estratégico de la empresa
- Relaciones laborales
- Responsabilidad social de la empresa, La
- Segmentación: maco y micro, La
- Series temporales: aplicaciones en el marketing
- Síntesis de política de producto, Una
- Sistemas de costes
- Stocks and flows
- Synchronous Operations Management
- Valoración de empresas, La. El enfoque financiero



NOTAS TÉCNICAS UN

Notas técnicas universitarias

de la organiza

ESIC
BUSINESS MARKETING SCHOOL

Un material imprescindible para el estudiante universitario, se trata de documentos que aclaran, amplían o ejemplifican algunos temas de las asignaturas de grado.

- Análisis de los contenidos violentos en televisión (2005-2010)
- Constitución española y el derecho comunitario, La. Organización institucional europea estatal y autonómica
- Contratación Mercantil
- Desarrollo de Bases de Datos con Access 2010
- Formas genéricas de la organización
- Introducción a la economía internacional
- Introducción a la organización y al diseño organizativo
- Marco jurídico de la actividad empresarial. Empresario individual y empresario social
- Organización y administración de empresas: la planificación
- Organización y administración de empresas: organización, dirección y control
- Planifica tus proyectos con MS Project 2010
- Técnicas de medición cuantitativa de la eficacia publicitaria: el postest publicitario

Contenidos digitales

Un punto de encuentro en donde profesionales de la empresa comparten sus conocimientos. Acceda con un solo clic a documentación profesional, clases magistrales en vídeo impartidas por el claustro académico de ESIC y las ponencias de Hoy es Marketing, el mayor encuentro para profesionales y directivos del mundo del marketing y la comunicación



Revistas científicas



ESIC Market

Esic Market es una publicación periódica destinada al fomento de la investigación académica y a la divulgación de conocimientos empresariales, que pone especial énfasis en contenidos relacionados con el marketing en cualquiera de sus perspectivas.

Con ello se pretende potenciar el desarrollo de la investigación y hacer de enlace entre académicos e investigadores de todo el mundo dando a conocer sus trabajos en idioma inglés y español.

Así mismo, aspira a reforzar los lazos entre el mundo académico y el profesional mediante un espacio común de reflexión y diálogo, rechazando cualquier disociación entre acción e intelecto, que no son sino aspectos de una misma actuación ordenada a una economía humana, libre y eficaz; economía que Esic Market concibe desde una perspectiva personalizada y sobre la base institucional de la empresa y el mercado.

El consejo editor y el comité científico de EsicMarket está representado por miembros de universidades y empresas de diferentes países.

La revista se edita en "abierto" con acceso libre en su página web www.esic.edu/esicmarket donde además del penúltimo número publicado, se encuentran disponibles los números anteriores desde el año 2004. Esta Edición electrónica contará con una demora de un número respecto de su edición en papel.

Suscripción anual nacional 36 □

Suscripción anual internacional 70 □



Revista Española de Investigación de Marketing ESIC

Es una revista semestral de carácter científico que pretende ser el marco de difusión y debate de las actuales líneas de investigación del área de marketing. Cuenta con un comité editorial formado por especialistas de reconocido prestigio que garantizan un riguroso y objetivo proceso de evaluación de los trabajos presentados.

Cada artículo es sometido a una revisión ciega en la que intervienen, como mínimo, dos evaluadores expertos en la materia.

Los artículos son evaluados en función del grado de originalidad del trabajo, el rigor en el desarrollo conceptual y metodológico y el tratamiento e importancia de los resultados.

Suscripción anual nacional 60 □

Suscripción anual internacional 85 □



aDResearch ESIC

Revista Internacional de Investigación en Comunicación

ADResearch ESIC, Revista Internacional de Investigación en Comunicación, es un vehículo importante de transmisión de conocimiento, entre todos aquellos que tienen interés en el mundo académico de la comunicación. Entre los contenidos de aDResearch ESIC, Revista Internacional de Investigación en Comunicación, se podrán encontrar investigaciones, reflexiones y análisis sobre todos aquellos aspectos que intentamos comprender del mundo de la comunicación.

Suscripción anual nacional 25 □

Suscripción anual internacional 50 □

ARGENTINA

DISTRIBUIDORA CUSPIDE
C/ Suipacha, 764
1008 Buenos Aires
Argentina
Tel 5411-4 322 74 34
5411-4 322 88 68
Fax 5411-4 322 34 56
libros@cuspide.com

COLOMBIA

ALFAOMEGA COLOMBIANA S. A.
Carrera 15 N° 64-A
29 Bogotá DC
Tel 210 01 22
Fax 606 86 48
cliente@alfaomega.com.co

COSTA RICA

EDISA
Costado sur de Liceo Laboratorio
Aptdo 214-2150
Moravia, San José
Costa Rica
Tel 506-235 89 55
www.edisalibros.com

ECUADOR

MR. BOOKS
Beethoven 1 - 197
y Pablo Casels
Quito - Ecuador
Tel 593 2281 1066
Fax 5932 2281 1070
mrbooks@mrbooks.com

MÉXICO

LIBROS & EDITORIALES
Av. Progreso N° 202
P.B. Local A - Col. Escandón
Deleg. Miguel Hidalgo
11800 México, D. F.
Tel 5515 2922, 5516 4261
5272 9653
Fax 5277 1696
rgslibros@lyesa.com
www.lyesa.com

NICARAGUA

HISPAMER S. A.
C/Costado Este de la UCA
Aptdo. Postal A-221
Managua - Nicaragua
Tel 503-278 12 10 / 505-270 28 30
Fax 503-278 08 25
recepcion@hispamer.com.ni
505/22783216

PANAMÁ

EXEDRA BOOKS
Vía España Esquina con Vía Brasil
Aptdo. 55/0125 Paitilla
Panamá
Tel 507-264 42 52

PARAGUAY

EDICIONES TÉCNICAS PARAGUAYAS
Blas Garay 106 e/Ind. Nacional
Casilla correos 1476
Asunción, Paraguay 496778
ventas@etp.com.py
Tel 595 21 390 396 /496 778 /370 343

QUIJOTE LIBROS
Mall Excelsior - Local 120
Tel 595 - 49 44 45
Fax 595 - 49 09 37
Asunción, Paraguay
secretaria@quijote.com.py

PERÚ

FUNDACIÓN DEL LIBRO UNIVERSITARIO-LIBUN
Av. Petit Thouars 4799
Miraflores
Lima 18 - Perú
Tel 511-446 50 48
libun@libun.edu.pe
www.libun.edu.pe

VENEZUELA

TECNI-CIENCIA LIBROS
C.C.C.T. Nivel C-2, 2da. Etapa
Urb. Chuao
Caracas-Venezuela
Tel 058-212 267 Leer (5337)
Fax 058-212 237 49 50
tcllibros@tecni-ciencia.com
www.tecniciencia.com

ZONA DE MADRID, CASTILLA-LA MANCHA

DISTRIFER LIBROS, S. L.
C/ Valle de Tobalina, 32 - Nave 6
28021 Madrid
Tel 91 796 27 09
Fax 91 796 26 77
distrifer@distriferlibros.es

ZONA DE CASTILLA

ANDRÉS GARCÍA, LIBROS
C/ Pintores, 5
37184 Villares de la Reina (Salamanca)
Tel 923 23 02 06
Fax 923 25 31 17
andresgarcialibros@telefonica.net

ANDRÉS GARCÍA, LIBROS
C/ Fernández Ladreda,
Parcela 15, Nave 3
47008 Valladolid
Tel 983 47 21 55 / 983 22 00 72
Fax 983 47 32 47
aglibros@gmail.com

ZONA DE CATALUÑA

MIDAC LLIBRES, S. L.
Pol. Industrial del Sud-Oeste
C/Raimon Casellas 5 - 7
08205 Sabadell (Barcelona)
Tel 93 746 41 10
Fax 93 746 41 11
pedidos@midacllibres.net

ZONA DE LEVANTE

DISTRIBUCIONES LYRA
C/ Dels Collidors, 2
46210 Picanya (Valencia)
Tel 96 159 07 81 / 96 159 07 87
Fax 96 159 08 84
lyra@lyralibros.com
www.lyralibros.com

DISTRIBUCIONES MARTÍN FIERRO
C/ De la Libra, 113
Polígono Ind. Las Atalayas
03114 Alicante
Tel 96 528 98 02 / 96 511 43 16
Fax 96 528 19 07
info@martinfierrolibros.com
www.martinfierrolibros.com

ZONA DE ANDALUCÍA

CAL MÁLAGA
c/Bodegueros 43 Nave 3
29006 Málaga
Tel 95 225 10 04
Fax 95 265 30 04
calmalaga@calmalaga.es

ZONA DE BALEARES

DISTRIBUCIONES PALMA
C/ Dragonera, 17
07014 Palma de Mallorca
Tel 971 28 94 21
Fax 971 45 61 88
jmangiova@ispbalears.com

ZONA DE CANARIAS

DISTRIBUCIONES TROQUEL, S. L.
Urb. Ind. Montaña Blanca
Parcela 31-A
35415 Arucas - Las Palmas
(Gran Canaria)
Tel 928 62 17 79 / 80
Fax 928 62 17 81
pedidos@troquel.net

DISTRIBUCIONES TROQUEL
Urb. Ind. El Marcerol N-13 B2
38206 La Laguna
(Tenerife)
Tel 92 26 19 28
Fax 92 25 19 53

ZONA DE ARAGÓN, RIOJA, NAVARRA Y PAÍS VASCO

ÍCARO DISTRIBUIDORA, S. L.
Pol. Ind. El Plano, Calle A, Nave 38-39
50430 María de Huerva (Zaragoza)
Tel 902 12 63 33
976 12 63 33
Fax 976 12 64 93
icaro@icaro.es

ZONA DE ASTURIAS, CANTABRIA, GALICIA Y LEÓN

ASTURLIBROS
Peña Salón, 93 - 94 (Pol. Ind. Silvota)
33192 Llanera (Asturias)
Tel 902 118 297
Fax 985 980 382
pedidos@noroste.com.es
www.noroeste.com.es

55 RESPUESTAS A PREGUNTAS CLAVE EN VENTA. LO QUE DEBE SABER EL LÍDER DE UN EQUIPO COMERCIAL 2ª Ed.	7
100 ERRORES EN LA DIRECCIÓN DE PERSONAS	35
365 GUÍAS DE DESEMPEÑO DE LA EFICACIA PROFESIONAL	17
A POR LA GRAN IDEA. SUEÑO DORADO DEL SIGLO XXI	25
ADUANAS Y EL COMERCIO INTERNACIONAL, LAS 3ª Ed.	39
ALMACENES, ANÁLISIS DISEÑO Y ORGANIZACIÓN 2ª Ed.	15
ANÁLISIS DE SERIES TEMPORALES ECONÓMICAS I. MODELOS ESTRUCTURALES 2ª Ed.	31
ANÁLISIS DE SERIES TEMPORALES ECONÓMICAS II 2ª Ed.	31
ANÁLISIS DE ENCUESTAS	12
ANÁLISIS DE ESTADOS CONTABLES EN EL NUEVO PGC 2008	26
ANALÍTICA WEB: MEDIR PARA TRIUNFAR 2ª Ed.	11
ANATOMÍA DE LA PERSUASIÓN 3ª Ed.	17
ARQUEOLOGÍA DEL TALENTO. EN BUSCA DE LOS TESOROS PERSONALES 2ª Ed.	18
ARRIBA EL TELÓN. CRECIMIENTO PERSONAL Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS	18
BANCA COMERCIAL CON TALENTO	3
BANCA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL, LA	39
BASUKETOBORU	18
BIG BROTHER IS DEAD. EL DÍA QUE EL CONSUMIDOR HIZO CALLAR A LAS MARCAS	11
BLOGS 2ª Ed.	11
BUENAS PRACTICAS DE RECURSOS HUMANOS	34
BUSCA DEL VENDEDOR IDEAL, EN	7
BUSINESS AND INVESTMENTS IN ASIA. NEW CHALLENGES, NEW OPPORTUNITIES (Idioma: Inglés)	40
CAMALEÓN, EL. GUÍA PARA SUPERAR CON ÉXITO PROCESOS DE SELECCIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS	36
CAMBIO DE VIDA. CÓMO ME HICE RICO 8ª Ed.	18
CAMBIO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS	21
CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO, LOS	16
CAPITAL EMOCIONAL, EL	36
CASO DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS MURCIANAS	12
CASOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EN LAS ORGANIZACIONES	1
CENTROS COMERCIALES DE ÁREA URBANA	2
CIEN ERRORES DEL CRM, LOS 2ª Ed.	4
CIEN ERRORES EN LA COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES, LOS 4ª Ed.	10
CLAVES DE LA NUEVA CONTABILIDAD PARA LAS PYMES, LAS	27
CLAVES DE LA PUBLICIDAD, LAS 7ª Ed.	10
CLAVES DEL ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA EMPRESA, LAS 2ª Ed.	27
COACHING INTELIGENTE. MÉTODO A.C.C.I.O.N.	34
COMERCIAL, EL. CLAVES IMPRESCINDIBLES PARA TRIUNFAR EN LA VENTA	7
COMERCIO ELECTRÓNICO : UN MERCADO EN EXPANSIÓN	11
COMERCIO INTERNACIONAL 4ª Ed.	38
COMO CREAR Y HACER FUNCIONAR UNA EMPRESA. CONCEPTOS E INSTRUMENTOS 8ª Ed.	22
CÓMO ESCRIBIR Y PUBLICAR UNA TESIS DOCTORAL	37
COMO GESTIONAR UNA PYME MEDIANTE EL CUADRO DE MANDO 2ª Ed.	21
COMO HABLAR EN PÚBLICO Y REALIZAR PRESENTACIONES PROFESIONALES	18
COMO SE HACE UN PLAN ESTRATÉGICO. LA TEORÍA DEL MARKETING ESTRATÉGICO 4ª Ed.	21
COMO SE HACE UN PLAN ESTRATÉGICO. MODELO DE DESARROLLO EN UNA EMPRESA 2ª Ed.	21
COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO LOCAL	22
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 6ª Ed.	14
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ECOLÓGICO	14
COMPORTAMIENTOS DE COMPRA DEL CONSUMIDOR 29 CASOS REALES	14
COMUNICACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, LA. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL COMERCIO REAL Y ONLINE	10
COMUNICACIÓN TOTAL 4ª Ed.	9
COMUNICACIÓN Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL 3ª Ed.	9

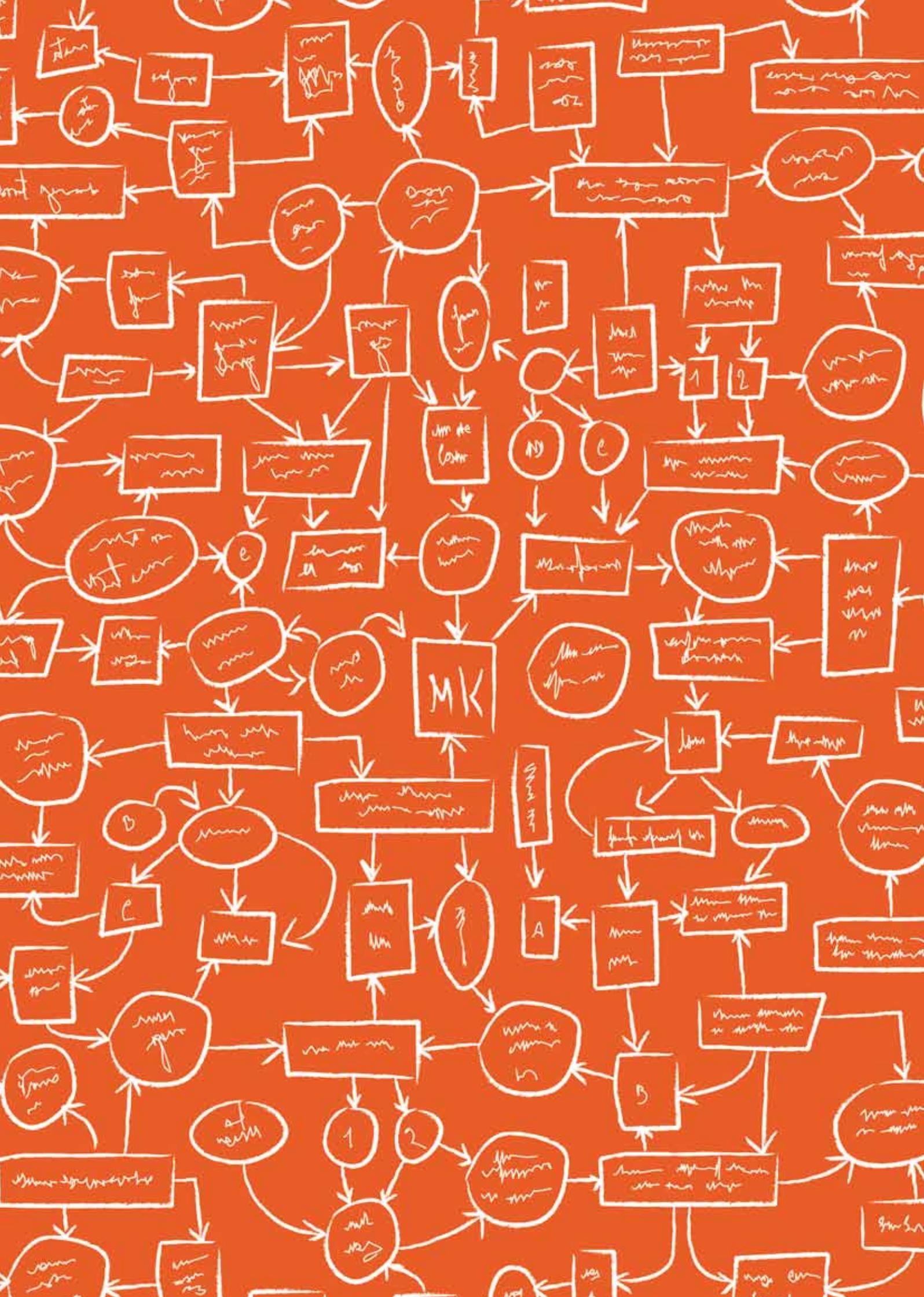
CONDUCTA DEL CONSUMIDOR 3ª Ed.	14
CONDUCTA REAL DEL CONSUMIDOR Y MARKETING EFECTIVO	14
CONSUMERING 3ª Ed.	4
CONSUMIDOR TURÍSTICO, EL	14
CONSUMIDOR, CLIENTELA Y DISTRIBUCIÓN PARA LA ECONOMÍA DEL FUTURO	14
CONSUMIDORES DEL SIGLO XXI, LOS 2ª Ed.	15
CONSUMO DE LA TERCERA EDAD, EL	14
CONSUMO DE SERVICIOS CULTURALES, EL	15
CONSUMO Y DERECHO. ELEMENTO JURÍDICO-PRIVADOS DEL DERECHO DEL CONSUMO	2
CONTABILIDAD FINANCIERA PARA DIRECTIVOS 7ª Ed.	26
CONTRATACIÓN INTERNACIONAL	39
CONTRATOS EN EL MARKETING INTERNACIONAL, LOS	39
CONTROL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL. TEXTO Y CASOS 7ª Ed.	27
CONTROLA TU TIEMPO, CONTROLA TU VIDA 2ª Ed.	18
CONVENCER. DESCUBRA LOS SECRETOS DE LOS GRANDES COMUNICADORES 2ª Ed.	2
COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS, LA. ANÁLISIS Y DISEÑO,	24
CORAZÓN DE LAS EMPRESAS, EL. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y CONCILIACIÓN DE LA VIDA PROFESIONAL Y PERSONAL.	19
COSTES, MÁRGENES Y RESULTADOS. CONTROL DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA 2ª Ed.	26
CREACIÓN DE UN SISTEMA DE EVALUACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA APLICABLE A LAS DECISIONES DE INVERSIÓN EN MERCADOS FINANCIEROS, LA	42
CREATIVIDAD PUBLICITARIA EFICAZ. 3ª Ed.	9
CUALITATIVA-MENTE. LOS SECRETOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	13
CUESTIÓN DE CONFIANZA. MÁS ALLÁ DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL 2ª Ed.	18
CUESTIONES BÁSICAS DE MACROECONOMÍA APLICADA	31
DELEGAR	17
DERIVAR ES FÁCIL. MANUAL AUTODIDÁCTICO	30
DERIVADA PARCIAL ES FÁCIL, LA. MANUAL AUTODIDÁCTICO	30
DESARROLLO DE UN SISTEMA PREDICTIVO PARA PRODUCTOS DE ALTA IMPLICACIÓN, BASADO EN VARIABLES COMPORTAMENTALES.	41
EL MERCADO DE LAS CONSOLAS DE VIDEOJUEGOS	
DIAGNÓSTICO ECONÓMICO FINANCIERO DE LA EMPRESA	27
DICCIONARIO DE SOCIOLOGÍA	22
DIEZ ERRES EN LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS, LAS	35
DIOSES DEL MARKETING SON HUMANOS, LOS. TREINTA FORMAS DE TRABAJAR EN MARKETING 2ª Ed.	4
DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	7
DIRECCIÓN DE MARKETING. FUNDAMENTOS Y APLICACIONES 3ª Ed.	2
DIRECCIÓN DE VENTAS EN LA PYME, LA	8
DIRECCIÓN DE VENTAS. ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS Y GESTIÓN DE VENDEDORES 10ª Ed.	7
DIRIGIR PERSONAS: FONDO Y FORMAS 6ª Ed.	37
DIRIGIR. LIDERAR, MOTIVAR, COMUNICAR, DELEGAR, DIRIGIR REUNIONES ... 4ª Ed.	19
DISEÑO Y ELABORACIÓN DE CUESTIONARIOS PARA LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL	12
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL 6ª Ed.	15
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL APLICADA	1
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL, LA. OPERACIONES ESTRATÉGICAS	16
DISTRIBUCIÓN Y FRANQUICIA. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO ANTE EL IMPACTO DE LA MUNDIALIZACIÓN/GLOBALIZACIÓN	15
ECONOMÍA EDIFICADA SOBRE ARENA, LA. CAUSAS Y SOLUCIONES DE LA CRISIS ECONÓMICA 2ª Ed.	33
EJERCICIOS DE MATEMÁTICA FINANCIERA	28
EL LIBRO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 2ª Ed.	9
ELABORACIÓN DE UN MODELO DE IMPACTO DEL FÚTBOL PROFESIONAL EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA	42
EMPRENDE. CONVIERTE TU SUEÑO EN REALIDAD	22
EMPRESA VIRTUAL. DE LA IDEA A LA ACCIÓN	22
ENTRENAMIENTO EMOCIONAL EN EL TRABAJO	19
EQUIPOS DE ALTA IMPLICACIÓN. UNA ORQUESTA BIEN ORGANIZADA	17
¿ES FÁCIL INTEGRAR?	28

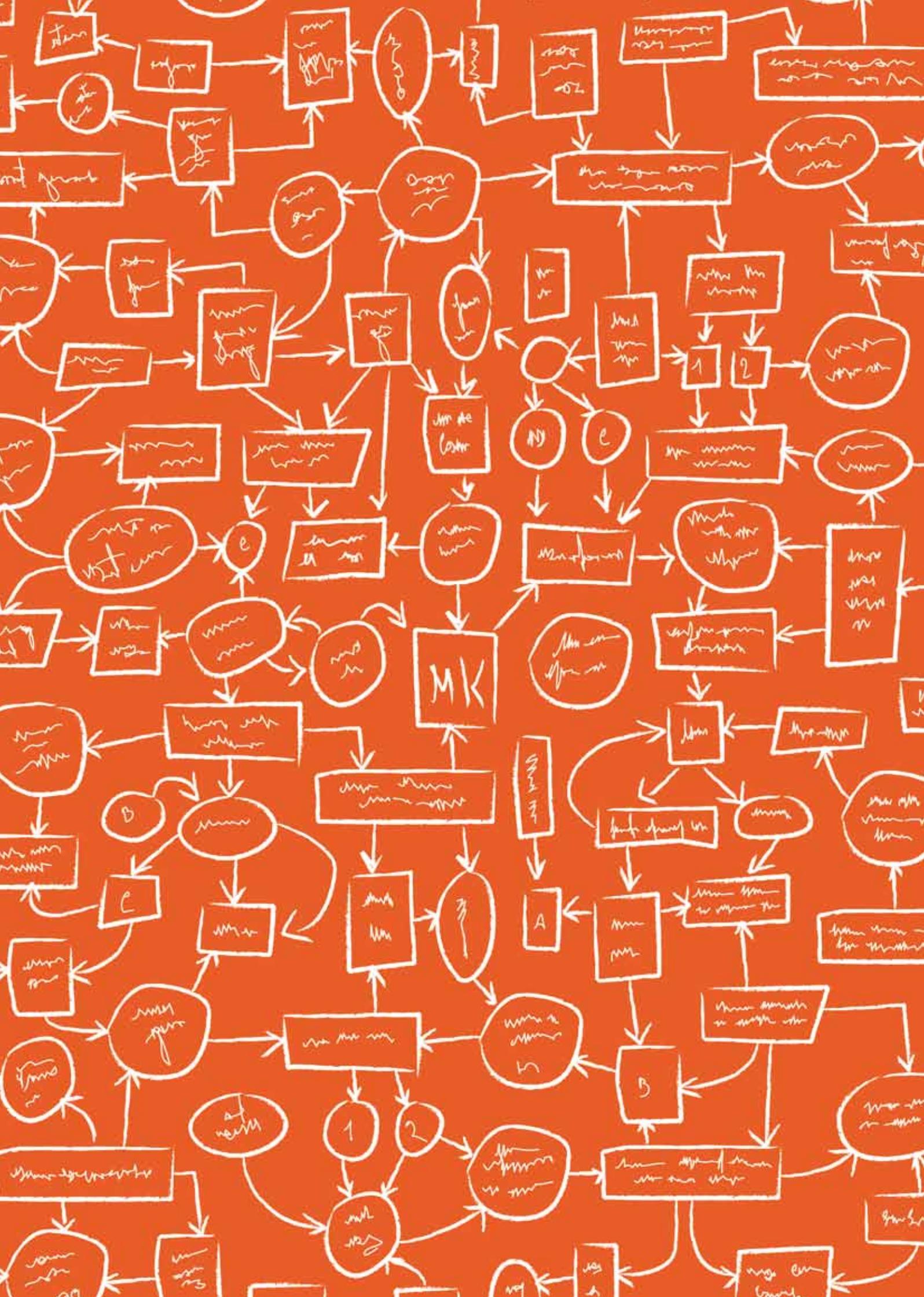
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA 2ª Ed.	28
ESTIMADO LECTOR	9
ESTRATEGIA. DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN 3ª Ed.	23
ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA GRUPOS SOCIALES	4
ESTRATEGIAS DE MARKETING. UN ENFOQUE BASADO EN EL PROCESO DE DIRECCIÓN 2ª	3
ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA UNIÓN EUROPEA	32
ÉTICA EN LOS NEGOCIOS	23
ÉTICA, ECONOMÍA Y POLÍTICA	25
FACTORES DETERMINANTES DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA: UN ANÁLISIS COMPARATIVO DE EMPRESAS COTIZADAS DE LA UNIÓN EUROPEA.	42
FENÓMENO DE LA INMIGRACIÓN: CONSECUENCIAS ECONÓMICAS E IMPLICACIONES DE POLÍTICA ECONÓMICA, EL	41
FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	2
FINANCIACIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA	38
FORMACIÓN DE VENDEDORES. SABER PARA VENDER	7
FORMADOR EN LA EMPRESA, EL	36
FRANQUICIA: ELEMENTOS, RELACIONES Y ESTRATEGIAS, LA	24
FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL 11ª Ed.	13
GANE DINERO OPERANDO EN BOLSA 4ª Ed.	27
GENERACIÓN MARKETING. LA SOCIEDAD ENTRE LA CODICIA Y LA INDOLENCIA	1
GEOMARKETING	1
GESTIÓN DE LA CALIDAD ORIENTADA A LOS PROCESOS	23
GESTIÓN DE LA CLIENTELA. LA MANERA DE CONSEGUIR Y RETENER CLIENTES RENTABLES	8
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EL TERCER SECTOR, LA. CÓMO MEJORAR LA IMAGEN DE LAS ONG	8
GESTIÓN DE PERSONAS EN LA NUEVA ECONOMÍA	34
GESTIÓN DE PERSONAS. MANUAL PARA LA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES 4ª Ed.	36
GESTIÓN DE PRECIOS 6ª Ed.	3
GESTIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR 2ª Ed.	39
GESTIÓN EFICAZ DEL TIEMPO Y CONTROL DEL ESTRÉS 6ª ED.	19
GESTIÓN MODERNA DEL COMERCIO MINORISTA, LA. EL ENFOQUE PRÁCTICO DE LAS TIENDAS DE ÉXITO 2ª Ed.	24
GESTIÓN POR CATEGORÍAS. OPTIMIZACIÓN DEL SURTIDO	6
GESTIÓN POR PROCESOS. CÓMO UTILIZAR ISO 9001:2000 PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LA ORGANIZACIÓN 4ª Ed.	24
GRUPOS DE DISCUSIÓN	13
GUÍA DE COMPETENCIAS EMOCIONALES PARA DIRECTIVOS	19
GUÍA PRACTICA DE CONTRATACIÓN INTERNACIONAL 2ª Ed.	38
HABILIDADES DE COMUNICACIÓN PARA DIRECTIVOS 4ª Ed.	20
HACIA LA BANCA MULTICANAL	23
HISTORIAS FABULOSAS DEL MARKETING	6
HORMIGAS Y PERSONAS, DE. MANAGEMENT PARA LA COMPLEJIDAD Y EL CAOS ORGANIZATIVO	22
HOY ES MARKETING. NUEVOS TIEMPOS, NUEVOS RETOS, NUEVAS OPORTUNIDADES	4
IDENTIDAD CORPORATIVA	9
ILUSTRACIONES DE LA APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA ESPAÑOLA	23
IMAGEN CORPORATIVA. INFLUENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL	9
IMAGEN DE MARCA	10
IMAGEN DE MARCA Y PRODUCT PLACEMENT	16
INFLUENCIA DE LA POLÍTICA DE INCENTIVOS REGIONALES EN EL DESARROLLO LOCAL DE LOS MUNICIPIOS DE CASTILLA Y LEÓN	41
INFLUENCIA DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL EN LAS VENTAS DE MARCAS	41
INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES PARA LA EMPRESA	23
INMIGRACIÓN Y CONSUMO. ESTILOS DE VIDA DE LOS INMIGRANTES EN ESPAÑA	41
INNOVACIÓN Y MEJORA DE PROCESOS LOGÍSTICOS. ANÁLISIS, DIAGNÓSTICO E IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS LOGÍSTICOS 2ª Ed.	16
INNOVAR CON ÉXITO	23
INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA INTERNACIONAL	32
INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	13
INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA. COMPORTAMIENTOS, INTERCAMBIO Y MERCADOS 3ª Ed.	32

INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS MATEMÁTICO II	29
INVESTIGACIÓN COMERCIAL 22 CASOS PRACTICOS	13
INVESTIGACIÓN COMERCIAL 2a. Ed.	13
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA 2ª Ed.	13
LA CALIDAD DE SERVICIO A LA FIDELIDAD DEL CLIENTE, DE	2
LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO 7ª Ed.	35
LOGÍSTICA INTEGRAL. LA GESTIÓN OPERATIVA DE LA EMPRESA 4ª Ed.	16
LOGÍSTICA Y OPERACIONES EN LA EMPRESA 3ª Ed.	4
MAGIA DEL PLANNER, LA	1
MANAGEMENT ESTRATÉGICO	35
MANUAL DE AUTODIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	24
MANUAL DE ESTADÍSTICA UNIVERSITARIA INDUCTIVA	29
MANUAL DE MARKETING	1
MANUAL DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS 5ª Ed.	10
MANUAL DE PUBLICIDAD	10
MANUAL DE RECURSOS HUMANOS 2ª Ed.	35
MANUAL DEL DAY TRADER PRO (OPERADOR DIARIO PROFESIONAL)	27
MANUAL DEL REDACTOR PUBLICITARIO. ¿REGLAS, NORMAS, TÉCNICAS? ¡RÓMPELAS! 2ª Ed.	10
MANUAL PARA LA MATEMÁTICA UNIVERSITARIA. ÁLGEBRA LINEAL	29
MANUAL PARA LA MATEMÁTICA UNIVERSITARIA. ANÁLISIS MATEMÁTICO I	29
MANUAL PARA LA MATEMÁTICA UNIVERSITARIA. ANÁLISIS MATEMÁTICO II	29
MARCA PAÍS. ESPAÑA UNA MARCA LIQUIDA 2ª Ed.	5
MARCA PERSONAL 2ª Ed.	20
MARCAS LÍDERES Y DISTRIBUIDORES	16
MARIPOSAS EN EL ESTOMAGO. PORQUE DIRIGIR TAMBIÉN ES COSA DE MUJERES	20
MARKETING CON VISIÓN DE FUTURO. ALCANZAR Y MANTENER EL ÉXITO DE LA EMPRESA	4
MARKETING CROSCULTURAL	15
MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO. CAMPAÑAS EFECTIVAS CON SUS CLIENTES 2ª Ed.	12
MARKETING EXPERIENCIAL. LA REVOLUCIÓN DE LAS MARCAS	5
MARKETING HERO. LAS HERRAMIENTAS COMERCIALES DE LOS VIDEOJUEGOS	3
MARKETING INTERNACIONAL PARA LA EXPANSIÓN DE LA EMPRESA	5
MARKETING MULTINIVEL	5
MARKETING PERSONAL 2ª Ed.	5
MARKETING PÚBLICO. INVESTIGACIÓN, APLICACIONES Y ESTRATEGIA	2
MARKETING RELACIONAL	5
MARKETING SECTORIAL	5
MARKETING Y COSMÉTICA 2ª Ed.	6
MARKETING Y NIÑOS	5
MARKETING Y PUBLICIDAD SUBLIMINAL	11
MARKETING Y VIDEOJUEGOS. PRODUCT PLACEMENT IN-GAME ADVERTISING Y ADVERGAMING	3
MARKETING, INNOVACIÓN Y NUEVOS NEGOCIOS	2
MATEMAGICAS	29
MATEMÁTICA ES FÁCIL, LA. MANUAL DE MATEMÁTICA BÁSICA PARA GENTE DE LETRAS	29
MATRICES SON FÁCILES, LAS. MANUAL AUTODIDÁCTICO	30
MERCADO HIPOTECARIO EN LATINOAMÉRICA, EL. UNA VISIÓN DE NEGOCIO. ANTECEDENTES Y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO	22
MERCADOS ELECTRÓNICOS. NUEVOS SISTEMAS DE PAGO	39
MERCADOS INTERNACIONALES. INVERSIONES EXTRANJERAS 2ª Ed.	39
MERCHANDISING; TEORÍA, PRACTICA Y ESTRATEGIA 2ª Ed.	6
METAMORFOSIS DEL MIEDO	17
METAPLACEMENT. CONDUCEN O TE CONDUCEN	18
MÉTODOS DE DECISIÓN MULTICRITERIO Y SU APLICACIÓN AL ANÁLISIS DEL DESARROLLO LOCAL, LOS	32
MÉTRICAS DEL MARKETING 2ª Ed.	6

MI PADRE ES UN MAGO. LA EMPRESA FAMILIAR VISTA POR UN NIÑO	25
MOBILE MK. LA REVOLUCIÓN MULTIMEDIA	12
MODELO DE MEDICIÓN DE CONOCIMIENTO Y GENERACIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS SOSTENIBLES EN EL ÁMBITO DE LA INICIATIVA «RESPUESTA EFICIENTE AL CONSUMIDOR» (EFFICIENT CONSUMER RESPONSE)	42
MOTIVACIÓN EMPIEZA EN UNO MISMO, LA. 2ª Ed.	20
MULTINACIONALES ESPAÑOLAS EN UN MUNDO GLOBAL Y MULTIPOLAR	32
MUS Y LAS FUNCIONES DIRECTIVAS, EL.	19
NETWORKING. USO PRÁCTICO DE LAS REDES SOCIALES	20
NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN 2ª Ed.	8
NUEVO SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MARKETING, EL. SIMK	3
ORGANIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA	11
ORGANIZAR, ACCIÓN Y EFECTO	24
OTRA COMUNICACIÓN, LA. COMUNICACIÓN NO VERBAL	10
PARCHE DEL PRÍNCIPE Y OTROS CUENTOS DE LA COMUNICACIÓN, EL	11
PENSAMIENTO EN LA POLÍTICA ECONÓMICA, EL	32
PERFIL COMPETENCIAL DEL PUESTO DE DIRECTOR/A DE MARKETING EN ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD DE MADRID, EL	41
PIRÁMIDE HUECA, LA. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PROFESIONAL Y PERSONAL 9ª Ed.	37
PLAN DE MARKETING EN LA PRACTICA, EL 17ª Ed.	1
PLAN DE MARKETING EN LA PYME, EL 2ª Ed.	3
PLAN DE VENTAS, EL 6ª Ed.	6
PLAN ESTRATÉGICO EN LA PRACTICA, EL 2ª Ed.	22
POLÍTICA DE LA COMPETENCIA EN EUROPA, LA	33
POLÍTICA TECNOLÓGICA DE LA UE: FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y EVALUACIÓN ECONÓMICA, LA	42
PRACTICAS DE HISTORIA ECONÓMICA MUNDIAL Y DE ESPAÑA	32
PRÁCTICAS DE MARKETING. EJERCICIOS Y SUPUESTOS	6
PRACTICAS DE MICROECONOMÍA INTERMEDIA	32
PRACTICAS Y CONCEPTOS BÁSICOS DE MICROECONOMÍA 3ª ED.	33
PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	35
PRICING: NUEVAS ESTRATEGIAS DE PRECIOS 2ª Ed.	6
PRINCIPIOS DE MARKETING 4ª Ed.	7
PROCEDIMIENTOS ESTADÍSTICOS CON STATGRAPHICS	30
PROCESO DE DECISIÓN DEL CONSUMIDOR: APLICACIÓN A LOS PLANES DE PENSIONES INDIVIDUALES	42
PROMOCIÓN DE VENTAS, LA. VARIABLE CLAVE DEL MARKETING 2ª Ed.	8
PROTOCOLO EMPRESARIAL. UNA ESTRATEGIA DE MARKETING	15
PROYECTO, EL. LA BÚSQUEDA DEL EQUILIBRIO PERSONAL-LABORAL	37
PUBLICIDAD ON LINE. LAS CLAVES DEL ÉXITO EN INTERNET	9
¿QUÉ ES CREAR VALOR PARA EL ACCIONISTA? MANUAL PARA NO FINANCIEROS	26
¿QUIÉN HA MATADO A MI JEFE?	17
QUIERO SER COMMUNITY MANAGER	3
RAPTO DEL TIEMPO, EL. CURIOSIDADES Y FANTASÍAS SOBRE LA GESTIÓN DE ESPERAS	16
RELACIONES PUBLICAS: LA EFICACIA DE LA INFLUENCIA 2ª Ed.	11
REMUNERACIÓN , RETRIBUCIÓN Y MOTIVACIÓN DE VENDEDORES	36
REPUTACIÓN EMPRESARIAL Y VENTAJA COMPETITIVA	36
RESET & RELOAD CAMBIAS O TE CAMBIAN, SI LOS TIEMPOS HAN CAMBIADO, ¿PORQUÉ SIGUE HACIENDO LO DE SIEMPRE?	4
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA INTERNA, LA. LA “NUEVA FRONTERA” DE LOS RECURSOS HUMANOS	35
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. TEORÍA Y PRÁCTICA	36
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LOS PRINCIPIOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE COMO FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INFORMACIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA, LA	42
RESULTADOS EXTRAORDINARIOS	20
RETRIBUCIÓN, LA	35
REVOLUCIÓN PENDIENTE, LA. LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LAS ORGANIZACIONES	34
RIESGOS FINANCIEROS Y OPERACIONES INTERNACIONALES. SIMULATOR BUSINESS GAME	40

SE INNOVADORH. UTILIZA LAS CLAVES DEL MARKETING PARA POTENCIAR LA GESTIÓN DE PERSONAS	37
SE VENDE: GUÍA PRACTICA PARA VENDER O ALQUILAR SU CASA	25
SEGMENTACIÓN: MACRO Y MICRO, LA	44
SEO. COMO TRIUNFAR EN BUSCADORES 2ª Ed.	12
SIN PLUMERO NI MANDIL. DESCUBRE LAS TRAMPAS DE GÉNERO EN LA EMPRESA	20
SISTEMAS DE COSTES	45
SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO, LOS	24
SISTEMAS DE INNOVACIÓN EN EUROPA, LOS	31
SUPERMERCADOS.COM. MARKETING PARA LOS SUPERMERCADOS VIRTUALES	12
TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN: UN MÉTODO PRÁCTICO 9ª Ed.	20
TEMAS DE INVESTIGACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS	13
TEORÍAS Y MODELOS MACROECONÓMICOS	33
TRABAJO EN EQUIPO	19
TRANSPORTE DE MERCANCÍAS, EL. ENFOQUE LOGÍSTICO DE LA DISTRIBUCIÓN	15
TRIUNFAR VENDIENDO A LOS LIDERES DE LA DISTRIBUCIÓN MUNDIAL	16
TWITTEMPRENDEDOR. CONSEJOS TWEET A TWEET PARA EMPRENDEDORES	23
¿UNIÓN HACE LA FUERZA, LA? UNA VISIÓN PARTICULAR DE LOS PROCESOS DE UNIÓN O FUSIÓN ORGANIZACIONALES	19
VALORES ÉTICOS. LA POSIBILIDAD DE LO IMPOSIBLE 2ª Ed.	36
VENDO, LUEGO EXISTO. LOS BUENOS COMERCIALES, SE RECOMPONEN DE CIEN CONTRATIEMPOS 5ª Ed.	8
VENTA EN TIENDA: LOS CLIENTES LE ACONSEJAN	8
VENTA RELACIONAL, LA	8
WEB 2.0 MANUAL (NO OFICIAL) DE USO	12
+ VENTAS 4ª Ed.	7







Avda. de Valdenigrales, s/n
29223 Pozuelo de Alarcón
Madrid
Tel +34 91452 41 00
Fax +34 91 352 85 34

www.esic.edu/editorial

REF. 027430412B