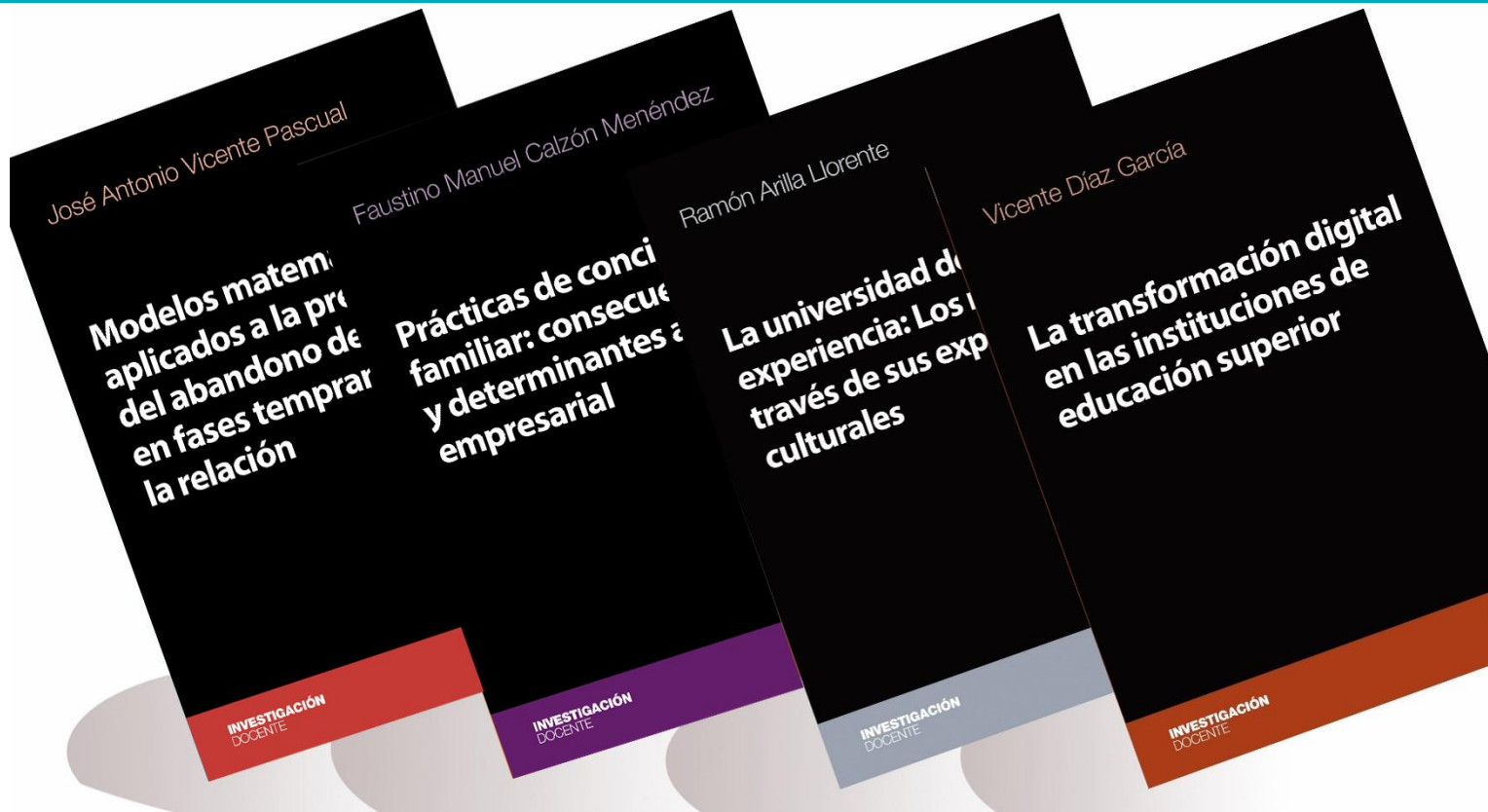


INVESTIGACIÓN DOCENTE

ESIC Editorial presenta su catálogo de las publicaciones más recientes de *investigación docente*. Quiere contribuir 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.



Modelos matemáticos aplicados a la prevención del abandono de clientes en fases tempranas de la relación

José Antonio Vicente Pascual
P 9788411920551
D 9788411920568
350 pág. 90€/65€

En el contexto empresarial actual, los directivos requieren cada vez más del uso de nuevas metodologías para optimizar sus estrategias y reducir la incertidumbre. Herramientas como la inteligencia artificial, el big data, los modelos predictivos, el machine learning o la estadística avanzada cobran una importancia crucial en los procesos de toma de decisiones.

Prácticas de conciliación familiar: consecuencias y determinantes a nivel empresarial

Faustino Manuel Calzón Menéndez
P 9788411920117
D 9788411920124
150 pág. 90€/65€

Desde el punto de vista de las organizaciones, la conciliación viene estimulada por la necesidad de atender las demandas sociales formuladas por uno de los stakeholders internos clave: sus empleados. La negociación que busca la confluencia de las demandas de los trabajadores con la estrategia de la empresa se ha manifestado con diferentes niveles de insistencia desde los orígenes de las sociedades...

La universidad de la experiencia: Los mayores a través de sus expectativas culturales

Ramón Arilla Llorente
P 9788415986843
D 9788419480620
572 pág. 90€/65€

La universidad española tiene un papel fundamental que desarrollar, puesto que ofrece un marco ejemplar para la motivación e integración de las personas mayores. La sociedad de la información y el conocimiento actual no puede excluir a un colectivo tan importante tanto por su creciente magnitud como por sus potenciales posibilidades de desarrollo.

La transformación digital en las instituciones de educación superior

Vicente Díaz García
P 9788411920070
D 9788411920087
170 pág. 90€/65€

Esta tesis doctoral se centra en la transformación digital (TD) de las instituciones de educación superior (IES), y analiza los factores que pueden facilitar este cambio. En la era de la Cuarta Revolución Industrial, la economía digital y las innovaciones tecnológicas están generando un entorno disruptivo que afecta a todas las áreas de la vida y las organizaciones.

Otras Tesis doctorales

ISBN Papel ISBN Digital	Título	Autor	Precio
P9788418944802 D9788418944826	Clústeres agroindustriales y pequeñas y medianas empresas: factores críticos, beneficios e impactos	<i>Andrea Mara Pimenta Alonso</i>	90 € 65 €
P9788418415647 D9788418415692	“Non omnis moriar” (No moriré del todo) Ser y Vida es Dios	<i>Miguel Ángel Millán Atenciano</i>	90 € 65 €
P9788418415364 D9788418415388	Relación entre inteligencia emocional y rendimiento académico en adolescentes dentro de un centro educativo de excelencia en Sao Paulo	<i>María Vaquero Diego</i>	90 € 65 €
P9788418415357 D9788418415371	Industrias extractivas y construcción de paz: el caso de las regiones productoras de hidrocarburos en Colombia	<i>Eduardo Ramos Suárez</i>	90 € 65 €
P9788418415029 D9788418415050	Museos españoles en facebook: análisis de su comunicación en el marco del museo social digital	<i>José Manuel Mas Iglesias</i>	90 € 65 €
P9788417914516 D9788417914547	La seguridad vial laboral	<i>Francisco Javier Llamazares Robles</i>	90 € 60,16 €
P9788417914493 D9788417914561	El diálogo interreligioso en la empresa	<i>Dionisio Blasco España</i>	90 € 65 €
P9788417914479 D9788417914486	El estudio de la ética en las novelas de Juan Gabriel Vásquez	<i>Rui Lui</i>	90 € 65 €
P9788417914349 D9788417914400	Gestión de la diversidad y su impacto en el rendimiento de la empresa: un estudio empírico	<i>Luis Felipe Toro Dupouy</i>	90 € 65 €
P9788417914301 D9788417914325	Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa	<i>Carlos Victor Costa</i>	90 € 60,16 €
P9788417513801 D9788417513962	Impacto de las iniciativas de gestión de ideas internas en el desarrollo de una cultura de innovación en grandes organizaciones	<i>Juan Ramón Campos Blázquez</i>	90 € 60,17 €
P9788417513719 D9788417513771	Una revisión crítica sobre el enfoque de las escuelas de negocio españolas	<i>Francisco Javier Sastre Segovia</i>	90 € 65 €
P9788417513511 D9788417513580	Senior Tourism: Determinants, motivations and behaviour in a globalized and evolving market segment	<i>María Adela Balderas Cejudo</i>	90 € 65 €
P9788417129705 D9788417513184	Coaching en las organizaciones: una perspectiva desde la psicología social	<i>Sergio Cardona Herrero</i>	90 € 60,16 €
P9788417129668 D9788417513160	Influencia del Word of Mouth en la compra de fármacos OTC para perder peso, según el Modelo de Creencias de Salud	<i>Silvia Villaverde Hernando</i>	90 € 60,16 €

CASOS PRÁCTICOS

Una colección que engloba la edición de casos prácticos, que facilitan el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.



Caso Hello tomorrow: race to the budget

Ramón Bonell Colmenero
9788411921503
22 pág. 6€

Este caso pretende ser una contribución para favorecer el estudio de la institución presupuestaria en general, y conocer cómo se elaboran, ejecutan y controlan los presupuestos de las distintas Administraciones públicas, así como de los presupuestos de la Unión Europea; aplicando los principios que rigen el derecho presupuestario, así como las principales fuentes de financiación establecidas por el ordenamiento jurídico.

Minicaso. Awaken the Magic: ILUNION Hotels' challenge to integrate its corporate culture

Ana María Gómez Olmedo
9788411921459
4 pág. 6€

The management model of ILUNION Hotels, a leading hotel company in accessibility and labour inclusion for people with disabilities, is a benchmark in the tourism sector at a social level in Spain and a unique model in the world. Since its origins, in 1993 under the Confortel brand and since 2014 with the Ilunion brand, the company has made quality employment and sustainability their hallmark and differentiating factor at a national level.

Caso Mateo Ninini: internacionalización del arte contemporáneo español

Beatriz Irún, José Miguel Berné y María Seguí
9788411921190
34 pág. 6€

Nuestro personaje, Mateo Ninini, es un artista que nace en una familia de artesanos que se encuentra en la tercera generación. Su abuelo era herrero y forjaba como nadie este material. Aunque su oficio le había llevado a tener que contratar más personal y liderar una pequeña empresa donde principalmente fabricaban e instalaban estructuras, barandillas y escaleras metálicas, el dominio de su oficio [...]

CASOS

ISBN	Título	Autor	Precio
9788411921503	Caso Hello tomorrow: race to the budget	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921381	Minicaso. PepsiCo y Kendall Jenner	<i>Javier Pagán Castaño, Paula Andrea Nieto Alemán y Esther Pagán Castaño</i>	6,00 €
9788411921473	Minicaso. ¿Es San Bartolomé un refugio fiscal?: planificación fiscal y asesoramiento jurídico tributario	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921435	Minicaso. Isak Andic: el reto de la diplomacia en la empresa familiar	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921442	Minicaso. Inditex: el reto de la continuidad	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921336	Minicaso. Verde es el nuevo rojo: Harvard y el marketing sostenible	<i>Reyes Massa Larrea y Abel Monfort de Bedoya</i>	6,00 €
9788411921312	Minicaso. De Madrid al cielo: la expansión global de Indra	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921367	Minicaso. El futuro es verde: Iberdrola, innovación y ética en acción	<i>Belén López Vázquez y Enrique Ulecia Rodríguez</i>	6,00 €
9788411921343	Minicaso. Bodegas Habla: innovación y sostenibilidad al servicio del <i>marketing mix</i>	<i>Cristina Gallego Gómez y Juan Antonio Márquez García</i>	6,00 €
9788411921282	Case Professional profiling for the NGO Marine Steward Council (MSC)	<i>Sergio Cardona Herrero y María Julia Bordonado Bermejo</i>	6,00 €
9788411921268	Minicaso. <i>The cable TV providers' dilemma</i>	<i>Luis Felipe Toro Dupouy</i>	6,00 €
9788411921275	Caso perfil profesional para la ONG Marine Stewardship Council (MSC)	<i>Sergio Cardona Herrero y María Julia Bordonado Bermejo</i>	6,00 €
9788411920919	Caso El despertar de un gigante dormido	<i>Cecilia Kindelán Amorrích</i>	6,00 €
9788411921138	Minicaso. Optimización de las instalaciones de almacén	<i>Antonio Luis Iglesias López</i>	6,00 €
9788411921244	Minicaso. Arquitectura de las tecnologías de la información	<i>Luis Felipe Toro Dupouy</i>	6,00 €
9788411921121	Minicaso. Mejorando el sistema de gestión de almacén	<i>Antonio Luis Iglesias López</i>	6,00 €
9788411921176	Minicaso. BBVA Aprendemos juntos. Contenido de alto valor para conectar una marca	<i>Arturo Gómez Quijano</i>	6,00 €
9788411921183	MINICASE. <i>Architecture of Information Technology</i>	<i>Luis Felipe Toro Dupouy</i>	6,00 €
9788411921169	Minicaso. <i>ABBA Voyage: 50 years in business!</i>	<i>Arturo Gómez Quijano</i>	6,00 €

CASOS

ISBN	Título	Autor	Precio
9788411921152	MINICASO. Despierta la magia: El desafío de Ilunion Hotels por integrar su cultura corporativa	<i>Ana María Gómez Olmedo</i>	6,00 €
9788411921206	MINICASE. <i>Foreign Tourism as a Promotional Tool for Foods & Beverages from Spain</i>	<i>Arturo Gómez Quijano</i>	6,00 €
9788411921145	Minicaso. De <i>eco-fake</i> a <i>eco-friendly</i> . El fin del <i>greenwashing</i> en moda. Caso Shein	<i>Ana María Gómez Olmedo</i>	6,00 €
9788411920957	Caso Descubriendo el tesoro Real: una estrategia de comunicación	<i>Blanca Herrero Báguena, Laura Moreno Maynero y Paula Andrea Nieto Alemán</i>	6,00 €
9788411921053	MINICASE. CHENARO BROTHERS. Supervising subsidiaries	<i>Jesús Centenera Ulecía</i>	6,00 €
9788411920940	Caso Hakims' Pastry. De la eficacia operacional a la estrategia	<i>Arianna Gnecco, Paula Andrea Nieto Alemán, María Guijarro García y Esther Pagán Castaño</i>	6,00 €
9788411920896	MINICASO. De pipas a chocolatinas con Grefusa	<i>Carlos Victor Costa</i>	6,00 €
9788411920803	Caso Veter-Tech	<i>Isabel Villares Escalona</i>	6,00 €
9788411920810	Caso Font Vella Sensación. El agua con sabor de Danone	<i>Alejandro de Pablo Cabrera y Lisardo de Pedro Navarro.</i>	6,00 €
9788411920902	Caso Alpe Woman Shoes. Moda Made in Spain	<i>Jorge Aguilar García.</i>	6,00 €
9788411920889	MINICASO: INDUGAYALSA. Inversión en Latinoamérica	<i>Jesús Centenera Ulecía.</i>	6,00 €
9788411920735	Caso Babybel: tradición e innovación. Estrategia de una marca exitosa	<i>Isabel Solanas García y María Eugenia Martínez Sánchez.</i>	6,00 €
9788411920742	Caso Hemingway & Old: doble crisis reputacional	<i>Gerardo Mochales González.</i>	6,00 €
9788411920780	Case Dual crisis management challenge at H&O	<i>Gerardo Mochales González.</i>	6,00 €
9788411920315	Irakaskuntza kasua. i+Med: ingeniaritza biomedikoko zientzilarien kooperatiba bat	<i>Oihana Valmaseda Andía, Javier Forcada Sainz y Cristina López Caro.</i>	6,00 €
9788411920728	MINICASO: Reconducción de malas prácticas en la gestión del NPS	<i>José Ángel Sanz Viejo.</i>	6,00 €
9788411920711	MINICASO: Turismo extranjero como instrumento de promoción de Alimentos de España	<i>Arturo Gómez Quijano.</i>	6,00 €
9788411920704	MINICASO: ABBA Voyage: ¡50 años haciendo negocio!	<i>Arturo Gómez Quijano.</i>	6,00 €
9788411920698	MINICASO: Lean como palanca de transformación	<i>Guillermo Pérez Morales</i>	6,00 €

Otros casos prácticos

ISBN	Título	Autor	Precio
9788411920681	MINICASO: Entendiendo la comunicación no digital	<i>Paco Lorente Sanjuán</i>	6,00 €
9788411920636	MINICASE: Mamma Mia! What a business!	<i>Arturo Gómez Quijano.</i>	6,00 €
9788411920513	Caso ABBA Forever! De Waterloo a Voyage, pasando por Mamma Mia!	<i>Arturo Gómez Quijano.</i>	6,00 €
9788411920544	MINICASO: Mamma Mia! ¡Qué negocio!	<i>Arturo Gómez Quijano.</i>	6,00 €
9788411920285	Irakaskuntza kasua. Foto Ikatzek Fotoprix erosi du: eta orain zer?	<i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando, Oihana Valmaseda Andía, Jon Hoyos Iruarrizaga y Cristina López Caro</i>	6,00 €
9788411920575	Case ABBA Forever! From Waterloo to Voyage, passing through Mamma Mia!	<i>Arturo Gómez Quijano.</i>	6,00 €
9788411920384	Case Yet Technology: digital transformation of the point of sale with the Corner Retail programme	<i>José María Visconti Caparrós.</i>	6,00 €
9788411920308	Irakaskuntza kasua. Sarkis-Lagunketa Babes ofizialeko etxebizitzaren (BOE) sustapenaren finantzaketa	<i>Cristina López Caro, Miguel Ángel Peña Cerezo y Vicente Ruiz Herrán.</i>	6,00 €
9788411920377	MINICASO: Transformando la organización	<i>Meritxell Serra Sanz.</i>	6,00 €
9788411920292	Irakaskuntza Kasua. Cafés La Brasileña Garai berriak, irtenbide berriak?	<i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando y Cristina López Caro.</i>	6,00 €
9788411920322	Irakaskuntza Kasua. Sarkis-Lagunketa. Babes ofizialeko etxebizitzaren sustapena, jarduera errentagarria?	<i>Cristina López, Miguel Ángel Peña y Vicente Ruiz.</i>	6,00 €
9788411920100	Caso Mivet: pionero en la innovación de la experiencia del cliente a través del CRM y la automatización de marketing.	<i>Marcos García Blanco.</i>	6,00 €
9788419480965	Caso La guerra silenciosa. Online, offline, D2C y marcas de distribuidor.	<i>José Luis Ferrero Navarro.</i>	6,00 €
9788419480996	Caso GrupoV: de revista a revista. Retos de la transformación digital en el sector editorial.	<i>Alejandro López-Riobóo Moreno.</i>	6,00 €
9788419480972	Caso HomePaq y CityPaq: la solución omnichannel para la paquetería de correos.	<i>Aránzazu Gómez Gutiérrez.</i>	6,00 €
9788419480989	Caso Brooklyn Fitboxing. Golpes a un saco de boxeo al ritmo de la música.	<i>Jorge Aguilar García.</i>	6,00 €
9788419480958	Caso Estrategia de Marketing para una estrella ascendente: ¿cómo gestionarías la marca de Carlos Alcaraz?	<i>Carlos Víctor Costa.</i>	6,00 €
9788419480927	Caso zapatillas Tigre: una historia de diversificación.	<i>José María Visconti Caparrós.</i>	6,00 €
9788419480903	Caso Volvo Cars: la notoriedad e imagen de marca para un consumidor diferente.	<i>Juan Carlos Muñoz García.</i>	6,00 €

CUADERNOS DE DOCUMENTACIÓN

Una colección que engloba la edición de casos prácticos, documentaciones, notas técnicas, etc., que facilitan el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.



Cálculo financiero básico aplicado

Jaime Juan Navarro Mohino

P 9788418415265 / 8€

D 9788418415289 / 6€

Se entiende como operación financiera cualquier transacción en la que exista un intercambio de capitales realizado entre dos partes donde se acuerda el montante de este, el precio y la duración.

Las operaciones en régimen simple se caracterizan porque los intereses se calculan siempre sobre el capital inicial. Este régimen es propio de las operaciones financieras a corto plazo.

Las operaciones en régimen compuesto se caracterizan porque los intereses se calculan siempre sobre el capital inicial del período anterior al cálculo. En este régimen los intereses son productivos, integrándose en el capital invertido y por tanto generando más intereses.

Resultado, rentabilidad y caja

Francisco Javier Ortega Verdugo

P 9788418415272 / 8€

D 9788418415296 / 6€

La presente nota técnica va dirigida a los alumnos que van a cursar un programa máster o un curso superior de dirección de empresas y que se han de enfrentar al módulo de finanzas.

Para poder iniciarnos y adentrarnos con solvencia en el mundo de las finanzas necesitamos conocer cómo se estructura el sistema de información económica y financiera en la empresa.

En la presente nota nos vamos a detener en la construcción y estructura de los modelos que conforman un sistema de información. Nos referimos al conjunto que forman: la cuenta de resultados, el balance de situación, el estado de cash flow y los ratios de gestión.



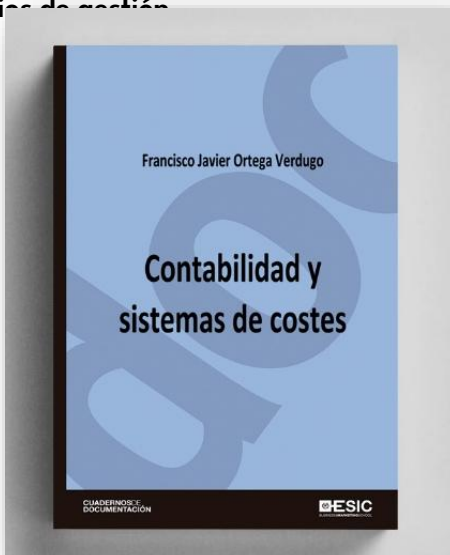
Contabilidad y sistemas de costes

Francisco Javier Ortega Verdugo

P 9788417914851 / 8€

D 9788417914868 / 6€

Maximizar el margen es el primer objetivo económico de una empresa. Sin un margen adecuado el negocio no será viable. En la configuración del margen intervienen dos parámetros: el precio y el coste del producto. Mientras que el precio de venta lo establece el mercado, compuesto por los competidores y los clientes, el coste del producto lo gestiona la empresa. Ambos estarán afectados por la estrategia competitiva que la empresa adopte. Por ello, establecer un sistema que mida los costes en los que incurre un producto o servicio para ser fabricado o prestado, comercializado y distribuido, se convierte en un elemento fundamental del management.



Otros cuadernos de documentación

ISBN Papel ISBN Digital	Título	Autor	Precio
P9788417513665 D9788417513849	Cirque du Soleil (El Circo del Sol)	<i>Ignacio Temiño Aguirre</i>	10 € 6,87 €
P9788417129866 D9788417513375	Liderazgo transformacional Qué es y cómo medirlo	<i>Antonio Salcedo Fernández</i>	8,01 € 5,98 €
P9788417129842 D9788417513351	Starbucks	Ignacio Temiño Aguirre	10 € 5,99€
P9788417129620 D9788417513085	Planificación y Control de Proyectos con MS PROJECT 2016. Caso práctico	<i>Francisco Llamazares Redondo y José Ramón Romero Roldán</i>	10 € 5,16 €
P9788417129378 D9788417513054	Manual del debate	<i>Esther Pagán Castaño, Javier Pagán Castaño y Agustín Carrilero Castillo</i>	8 € 5,16 €
P9788417129613 D9788417513078	Medición de audiencias: TOM Micro. Utilidades en la elaboración de un Plan de Medios	<i>Belén Ávila Rodríguez de Mier y Francisco Llamazares Redondo</i>	8 € 5,16 €
P9788417129279 D9788417129972	La reforma del sistema de post-trading español: principales causas y consecuencias	<i>Pablo Roás Varela y Begoña Álvarez García</i>	8 € 5,16 €
P9788417129231 D9788417129545	Grupo Repsol Lectura empresarial	<i>Ignacio Temiño Aguirre</i>	10 € 7,73 €
P9788417024741 D9788417129552	Amazon	<i>Ignacio Temiño Aguirre</i>	10 € 7,73 €
P9788417024543 D9788417129569	Distribución y trade marketing Una realidad estratégica de gestión del...	<i>Agustín López-Quesada F.</i>	8 € 6,44 €
P9788417024413 D9788417129576	Estrategias de diferenciación Desafío para un retail eficiente	<i>Agustín López-Quesada F.</i>	8 € 6,44 €
P9788416701506 D9788417024598	Modelos de venta B2B. Venta Adaptativa, Venta Consultiva y Venta Transformacional	<i>Antonio Salcedo Fernández y Jesús Charlán Hidalgo</i>	8 € 5,58 €
P9788416701155 D9788417024581	Visual Merchandising y Tecnología Seducir al shopper en el punto de venta	<i>Andrés Gusó Sierra</i>	8 € 5,58 €
P9788416701148 D9788417024574	Retail Marketing Estrategias de marketing para los minoristas	<i>Andrés Gusó Sierra</i>	8 € 5,58 €
P9788416462971 D9788416701292	Financiación bancaria a corto plazo	<i>Francisco Javier Ortega Verdugo</i>	8 € 5,15 €
P9788416462872 D9788416701261	Comunicación persuasiva	<i>Antonio Salcedo Fernández</i>	8 € 5,15 €
P9788416462599 D9788416462834	Nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación Empresarial	<i>Francisco Llamazares, José Luis Villena y Oscar Herranz</i>	8 € 5,15 €
P9788415986812 D9788416462742	Etnografía aplicada a la investigación comercial y al marketing	<i>María José Rodríguez Matías</i>	8 € 5,15 €
P9788473561402 D9788416701377	Marketing y venta de productos de gran consumo a través del packaging	<i>Angel Luis Cervera Fantoni</i>	8 € 5,15 €

NOTAS TÉCNICAS UNIVERSITARIAS

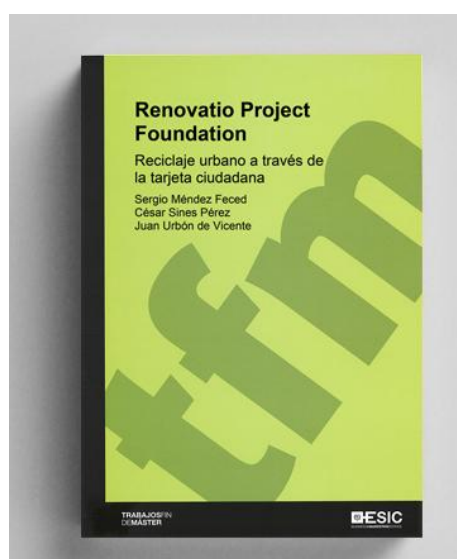
Una colección que facilita el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.

ISBN Papel ISBN Digital	Título	Autor	Precio
P9788417914523 D9788417914554	VBA Access	<i>Jesús García García-Doncel</i>	10 € 6,87 €
P9788416701551	Consultas a bases de datos relacionales Ejemplos en Access	<i>José Fernando López Muñoz</i>	8 €
P9788415986805 D9788416462797	La investigación de mercados: claves para conocer los insights del consumidor	María Jesús Merino Sanz y Teresa Pintado Blanco	8 € 5,15 €
P9788415986799 D9788416462773	Herramientas para dimensionar los mercados: la investigación cuantitativa	<i>María Jesús Merino Sanz y Teresa Pintado Blanco</i>	8 € 5,15 €
P9788473569729	El ROI como métrica de la eficacia del marketing	<i>Pablo J. López Tenorio y Mariano Méndez Suárez</i>	8 €
P9788473562164	Principios del Pensamiento Social Cristiano	<i>Eduardo Gómez Martín</i>	8 €
P9788473569996	La estadística descriptiva en la formación empresarial. Parte I	<i>Jose María Cordero Sánchez</i>	8 €
P9788473568388	Organización y administración de empresas: organización, dirección y control	<i>Carlos A. Pérez, Juan C. Fernández, Nieves Arranz y Francisco Ubierna</i>	8 €
P9788473568715	Introducción a la teoría de juegos Una aproximación a la decisión empresarial	<i>Nieves Arranz, Francisco Ubierna, Marta F. Arroyabe y Carlos Alberto Pérez</i>	8 €
P9788473569835	Días de compra misteriosa, aplicaciones prácticas de Mystery Shopping	Juan Delgado y Tamar Buil	8 €

TRABAJOS FIN DE GRADO/MASTER

ISBN	Título	Autor	Precio
9788419480040	Young Talent Innovation Telefónica Scholarship Measuring the Impact of Innovation on Corporations	David Vicente Manzano y Pablo Reigosa Domínguez	6 €
9788418415722	Atlantis, changing history	Aida Vert García	6 €
9788418415715	Valuation of grifols	Azeem Muhammad Chaudhary y Íñigo Llano Sánchez	6 €
9788418415630	Posmodernidad: impacto y retos globales	Juan Antonio Galera Martínez	6 €
9788418415616	Millennials y consumo sostenible	Solveg Nikolaisen Izpura	6 €
9788418415586	Plan de comunicación propuesta para introducir branded content en Netflix	Irene Palomino Talavera y María García Álvarez	6 €
9788418415609	Iniciativa emprendedora digital Seekme	Jonathan Garmón García y Laura Arias Pérez	6 €
9788418415579	Plan de comunicación para Monster Energy España	Alejandro Extremera Ponce y Marta Basterra Acha	6 €
9788418415593	Cloud computing y su implementación en las pymes hoteleras	Beatriz del Valle Gil y Fernando Garabán Gil	6 €
9788417914509	Renovatio Project Foundation Reciclaje urbano a través de la tarjeta ciudadana	César Sines Pérez y Juan Urbón de Vicente	5,58 €

NUEVA COLECCIÓN TFG y TFM



REVISTAS CIENTÍFICAS



Esic Market

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.

Descarga el contenido
<https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm>

Publica artículos teóricos y empíricos que contribuyen a crear, validar y enriquecer aspectos que permiten comprender mejor fenómenos y acciones empresariales y ayudan a tomar mejores decisiones en los ámbitos de dirección estratégica, contabilidad, gestión de los recursos humanos, educación, gestión de la información, gestión de la producción, logística empresarial, procesos de internacionalización, marketing, etc., aplicables o aplicados a cualquier sector de actividad económica.



aDResearchESIC

aDResearch ESIC es una revista científica fundada en 2010, cuyos principales objetivos son impulsar el conocimiento en materia de comunicación y publicidad, además de proporcionar un medio de difusión de pensamiento, y de acción investigadora, para todo el ámbito académico a nivel nacional e internacional.

Descarga el contenido
<https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch>

Alineados con este propósito aDResearch ESIC, pretende contribuir a la investigación a través del estudio y análisis interdisciplinar del amplio panorama de la comunicación, desde orientaciones tanto teóricas como empíricas. Y todo ello desde el rigor metodológico, siguiendo los criterios exigidos a las publicaciones científicas, y garantizando la selección de los revisores más cualificados y especialistas académicos para emitir una evaluación crítica y experta de cada trabajo.



Spanish Journal of Marketing – ESIC

Es una revista cuatrimestral de carácter específico que pretende ser 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 garantiza

Descarga el contenido
<https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/sjme>

un riguroso y objetivo proceso de evaluación de los trabajos presentados. Algunos de los temas que incluye la revista son; marketing de relaciones, estratégico, comportamiento del consumidor, estrategias de marca, marketing de servicios, decisiones sobre precios, producto, etc.

