

Novedades ESIC Editorial



Marketing financiero

Este libro llena el vacío de conocimiento sobre el uso efectivo del marketing en el sector financiero. Expone el proceso estratégico y operativo que deben utilizar las instituciones financieras para satisfacer las necesidades de sus segmentos objetivos. En su interior se desarrollan también los conceptos prácticos y empíricos que pueden ser usados tanto por estudiantes de grado y postgrado como por profesionales interesados en conocer de qué forma utilizar el marketing de adquisición y de retención en el sector financiero. Este conocimiento es esencial para instituciones que se enfrentan a condiciones de mercado de creciente complejidad y competitividad, en donde la aparición de nuevos actores (principalmente empresas tecnológicas) ha comenzado a amenazar líneas de negocio hasta ahora exclusivas de los bancos tradicionales.

Autores: Jaime Rivera Camino y Carlos Mas Hernández
ISBN: 9788415986836
N.º de págs.: 262
Precio: 20 €

La gestión financiera de la empresa

Este libro recorre los cometidos claves de las finanzas y cómo afrontar las situaciones más frecuentes de su gestión estratégica y cotidiana. Pretende hacerlo con un enfoque orientado al análisis de problemas y la toma de decisiones. En sus dieciséis capítulos cubre la información contable y sus estados financieros, las previsiones financieras, los flujos de caja, el cálculo financiero, el diagnóstico empresarial, la gestión de la liquidez y la tesorería, la financiación a corto y largo plazo, el análisis de inversiones, el coste de la financiación y cómo financiarse, la gestión de los riesgos financieros y la valoración de empresas. Además, incluye más de cien ejercicios resueltos para reforzar su enfoque práctico. Este libro resultará de interés a los estudiantes y también a profesionales de las finanzas.

Autor: Juan F. Pérez-Carballo Veiga
ISBN: 9788415986683
N.º de págs.: 798
Precio: 35 €



Gestión de Entidades Financieras

El libro aborda la gestión integral de una entidad financiera. En la primera parte se describe el funcionamiento del sistema financiero para clasificar a los intermediarios. La segunda aborda la operativa bancaria y las actividades tradicionales de depósito y préstamo, añadiendo otras modalidades de operaciones. En la tercera se analiza la rentabilidad y el riesgo bancario, recogiendo la explicación de los principales ratios utilizados en banca, la normativa europea y su adaptación a las entidades nacionales. La cuarta parte se centra en el aspecto comercial. Además, abre el debate sobre la responsabilidad social de estas entidades.

Coordinadora: Ana Blanco Mendiola
ISBN: 9788415986829
N.º de págs.: 334
Precio: 20 €

Crear la Marca Global

Se trata de una guía práctica para la creación de una marca global relevante y notoria. La primera parte ofrece un marco de conocimiento necesario, referido a la marca, el branding y los procesos de globalización. Son capítulos de carácter más teórico y descriptivos, si bien no por ello dejan de estar salpicados de ejemplos prácticos. Si el lector tiene dominio sobre estas materias (el qué) y quiere entrar directamente en el modelo práctico (el cómo), puede ir directamente al siguiente bloque que desarrolla el modelo práctico de creación y gestión de marca que se propone. Este camino, por las distintas etapas del modelo, está plagado de ejemplos prácticos y tiene como foco ayudar a las empresas en sus propios procesos de internacionalización de marca.

Autor: Emilio Llopis Sancho
ISBN: 9788415986737
N.º de págs.: 296
Precio: 20 €



Si deseas recibir el boletín de Novedades Editoriales, envía un correo electrónico a editorial@esic.edu. Más información en www.esic.edu/editorial. Alumni subvenciona el 35% del precio en los libros del catálogo de ESIC Editorial.