

Novedades ESIC Editorial

Data Management Platform (DMP)

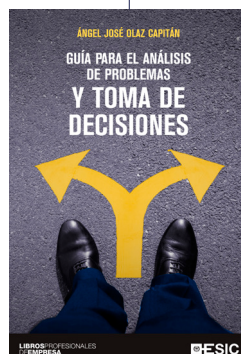
El data permite mejorar el rendimiento de las campañas de marketing online mediante la segmentación y discriminación de esfuerzos, focalizándose en audiencias, sofisticando las tácticas de marketing y generando acciones 1 to 1 de personalización en el medio online.

Hoy en día en España se ha convertido en un mantra hablar sobre DMP, es el nuevo acrónimo de moda en el mundo del marketing online. Pocos de los que dan ponencias o tuitean sobre esta nueva tecnología, que ha llegado para quedarse en nuestro país, han trabajado con ella o explotado las distintas perspectivas de uso de la herramienta.



Autor: **Óscar López Cuesta**
ISBN: **9788417129392**
Páginas: **128**
Precio: **14 €**

Autor: **Ángel José Olaz Capitán**
ISBN: **9788417129637**
Páginas: **150**
Precio: **17 €**



Guía para el análisis de problemas y toma de decisiones

En esta obra el autor analiza, desde una perspectiva sistémica, cómo el análisis previo del problema es clave para enfocar y, más tarde, realizar una adecuada toma de decisiones. Tras desmontar algunos mitos y condicionantes relacionados con la inteligencia de la persona, su creatividad innata o los conocimientos, este libro estudia la creatividad y cómo la combinación de intuición y razón, además de la actitud, son claves en este proceso de aprendizaje. La utilización de un conjunto de herramientas de fácil aplicación práctica, permitirán al lector beneficiarse de un método para la resolución de problemas rápido y efectivo.

Manual de logística inversa

La recuperación de los productos y materiales desechados por los consumidores presenta grandes oportunidades para las empresas, que pueden lograr ventajas competitivas sostenibles a través de una gestión eficiente de los mismos.

El crecimiento continuo del comercio electrónico, las mayores exigencias de los consumidores y clientes en cualquier tipo de canal y la mayor conciencia medioambiental de la sociedad, convierte al flujo de retorno de las mercancías entre dos puntos de la cadena de suministro, en una variable cada día más importante y con una mayor incidencia en la competitividad de las compañías. En todos los casos aportará valor.



Autor: **Antonio Iglesias López**
ISBN: **9788417129682**
Páginas: **172**
Precio: **18 €**

Autor: **Francisco Javier de la Ballina Ballina**
ISBN: **9788417024628**
Páginas: **288**
Precio: **22 €**



Marketing turístico aplicado

Ningún sector se encuentra tan a la vanguardia del cambio como el turismo, este libro justo pretende atender el nuevo marketing turístico que el mercado demanda. No es una cuestión de cuántas Ps, sino de disponer de herramientas modificadas o totalmente nuevas para gestionar, de forma más eficiente y valiente, el principal motor de la economía española. El autor trabaja la incorporación de las líneas de trabajo que actualmente preocupan en el marketing turístico: las relaciones producto/destino turístico; los distintos sistemas y normas de calidad y de sus efectos; el revenue management y las OTAs y el amplio desarrollo del marketing digital en el turismo.

ESIC Alumni subvenciona el 35% del precio en los libros del catálogo de ESIC Editorial.
Avda. Valdenigrales, s/n. 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid). Tel.: 914524157
www.esic.edu/editorial