

Novedades editoriales



MARKETING PERSONAL 2ª EDICIÓN

Esta segunda edición de Marketing personal es una revisión y ampliación de la primera donde su autor, José María Acosta, aporta su amplia experiencia en Recursos Humanos para abordar el planteamiento y el desarrollo de la carrera profesional. Marketing personal ofrece una visión amena, pero práctica y rigurosa sobre cómo conocer las capacidades propias que pueden impulsarnos al éxito y cómo manejarlas.

Autor: José María Acosta Vera es consultor de Alta Dirección y profesor de varias universidades.

Nº de págs.: 258

P.V.P.: 15 €

DIRECCIÓN DE MARKETING. FUNDAMENTOS Y APLICACIONES

Se trata de una orientación práctica dirigida tanto a profesionales como a estudiantes donde se presentan conceptos y aplicaciones claves en la disciplina del marketing. La obra plantea un amplio recorrido desde las características del marketing hasta las políticas que las empresas deben seguir sobre el producto, el precio, la distribución y la comunicación para satisfacer exitosamente a sus mercados.

Autores: Jaime Rivera Camino y Mencía de Garcillan López-Rúa.

Nº de págs.: 434

P.V.P.: 23 €



CUESTIÓN DE CONFIANZA. MÁS ALLÁ DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Esta obra nos descubre que la creación de una cultura de confianza es el fin último del uso de la inteligencia emocional, herramientas fundamentales, ambas, para el éxito de una Organización. El autor avala con su propia trayectoria como director de empresas la tesis que nos presenta.

Autor: Sixto Jiménez Muniain es licenciado en CC. EE. Y EE., con una amplia experiencia en la dirección de empresas en varios sectores y países, tarea compaginada con la docencia durante varios años.

Nº de págs.: 266

P.V.P.: 14 €

GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS

El libro trata de exponer tanto al estudioso como al profesional del sector financiero que el reto de las entidades financieras está en adoptar el denominado enfoque de "Banca de clientes". Parte de la idea central de que hay que rentabilizar la relación con cada cliente y vincularle al máximo. Incluye casos prácticos que ayudan a una mejor comprensión de los modelos de gestión comercial utilizados en el ámbito bancario.

Autores: Enrique Castelló Muñoz es doctor en CC. Económicas y Empresariales, diplomado en Estadística e Investigación operativa por la UCM. Profesor del CUNEF además de Catedrático de Economía de la Empresa en la UCM, es presidente de la Comisión de Marketing del Colegio de Economistas de Madrid y es autor de varios títulos sobre finanzas.

Nº de págs.: 326

P.V.P.: 20 €



Si deseas recibir el boletín de Novedades editoriales, envía un correo electrónico a editorial@esic.es Más información en www.esic.es/editorial