

Novedades editoriales



MERCHANDISING. TEORÍA, PRÁCTICA Y ESTRATEGIA

Gracias al *merchandising*, “el salir de compras” o “hacer las compras” se convertirá en el siglo XXI, en una de las formas de ocio más importantes, cambiando los estilos de consumo de los compradores y sus relaciones. Los productos no solo se venden por sus atributos intrínsecos que los componen, sino también por la aureola de factores extrínsecos y psicológicos que los rodean, de forma que el resultado de un producto listo para su venta, es la suma de las características que posee, más los valores añadidos que el *merchandising* atribuye al formato comercial.

La adecuada gestión del *merchandising* pasa por dar respuesta a las cuestiones estratégicas que se plantean para garantizar el éxito en la comercialización de los productos.

Autor: Ricardo Palomares Borja
ISBN: 9788473566209
Nº de págs.: 355
Precio: 22 €

CASOS DE MARKETING ESTRATÉGICO EN LAS ORGANIZACIONES

Los dieciocho casos que se presentan en esta obra, confeccionados por veinticinco expertos de diez universidades y cinco empresas, están destinados a todos aquéllos que quieren saber sobre la empresa lo que sólo sus directivos saben.

La diversidad de problemas y de temas abordados, la presencia de diferentes enfoques, junto con el nivel de elaboración de la información que se aporta, dotan a este trabajo de un gran atractivo, puesto que ayuda a conocer como han procedido otras organizaciones ante un amplio elenco de situaciones empresariales.

Coordinadores: José Luis Munuera Alemán y Ana Isabel Rodríguez Escudero
ISBN: 9788473566261
N.º de págs.: 286
P.V.P.: 20 €



NETWORKING USO PRÁCTICO DE LAS REDES SOCIALES

La novedad editorial *Networking: el uso práctico de las redes sociales* en uno de sus principales mensajes “puedes conseguir lo que quieras ayudando a otros a conseguir lo que quieran” tiene un potencial transformador en estos tiempos sociales convulsos que estamos viviendo. Este libro es, en definitiva, una guía de consulta obligada para todas las personas que desean sentar las bases para establecer relaciones interpersonales positivas y adentrarse en un nuevo mundo que Internet vino a abrir pero que las redes sociales han venido a conectar.

Autoras: Montse Calvo Muñoz y Carolina Rojas Llamas
ISBN: 9788473566292
N.º de págs.: 181
P.V.P.: 15 €

LA ECONOMÍA EDIFICADA SOBRE ARENA. CAUSAS Y SOLUCIONES DE LA CRISIS ECONÓMICA

El enfoque de este libro difiere del de otros libros sobre la crisis que lo han precedido. No pretende tanto narrar lo sucedido como entenderlo. La explicación se divide en tres partes. En la primera, se habla del componente internacional de la crisis. El lector entenderá qué son las famosas hipotecas *subprime*, las agencias de *rating*, los *hedge funds*, los CDS, las aseguradoras *monoline* y tantos otros términos, que han centrado la actualidad desde el estallido de la crisis. De analizar el por qué la crisis ha repercutido en España con especial gravedad, se ocupa la segunda parte del libro. ¿Cómo podríamos salir cuanto antes de esta situación? Esto nos lleva a la tercera parte del libro: al estudio de las medidas que se han tomado para hacer frente a la crisis.

Autores: Álvaro Anchuelo Crego y Miguel Ángel García Díaz
ISBN: 9788473566353
N.º de págs.: 142
P.V.P.: 18 €



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

Los Antiguos Alumnos asociados disfrutarán de un 35% de descuento en todos los títulos de la editorial de ESIC.