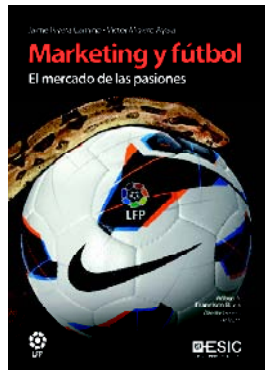


# Novedades ESIC Editorial



## Marketing y fútbol, el mercado de las pasiones

El fútbol es pasión, pero también un actor económico de primer orden. La obra aporta la visión conceptual imprescindible para entender los entresijos empresariales del deporte más popular del mundo, con una enorme cantidad de ejemplos que ilustran el “qué”, el “cómo” y el “por qué” de lo que sucede en cada partido.

Pasión y economía: hasta ahora no se habían abordado con amenidad y rigor ambas perspectivas. Por eso en *Marketing y fútbol: El mercado de las pasiones* hay tanto deleite como aprendizaje.

Los aficionados al fútbol, además de apasionados del deporte, son consumidores de productos y servicios de muy variada índole. Este libro abre las puertas del marketing aplicado al ámbito futbolístico.

**Autor: Jaime Rivera Camino y Víctor Molero Ayala**  
ISBN: 9788473568500  
N.º de págs.: 499  
Precio: 25 €

## Planificación estratégica y creatividad

La planificación estratégica está en el origen de todo. En el ámbito de la comunicación de las organizaciones esta afirmación adquiere doble valor: la moderna y compleja comunicación que emiten las organizaciones se diseña, en sus ejes fundamentales, desde los laboratorios de los *planners*. No se trata de laboratorios oscuros o «maquiavélicos» sino, todo lo contrario, de laboratorios abiertos a la luz, que buscan, precisamente, la iluminación más certera, el *insight* del consumidor: ese cordón umbilical entre los deseos del consumidor, los beneficios del producto y la manera de presentarlo.

Toda conducta, para ser eficaz y alcanzar adecuadamente sus fines, ha de estar estratégicamente planificada, inteligentemente diseñada, dirigida y evaluada.

**Autor: Ubaldo Cuesta (Coordinador)**  
ISBN: 9788473568630  
N.º de págs.: 430  
Precio: 22 €



## Fundamentos empresariales

Una aproximación global al interior de la empresa, destacando la orientación estratégica en cuanto a definición de objetivos, su actividad, opciones de desarrollo futuro o la forma de competir en los mercados. Aporta también las claves para la creación de empresas y la gestión de la empresa familiar.

Este libro surge de la experiencia docente de las autoras. Se trata de un manual motivado por y para los alumnos, por y para sus necesidades y dudas concretas.

El libro se estructura en diez temas de contenido teórico-práctico, al ir acompañado cada tema de ejemplos, aplicaciones y preguntas de reflexión.

**Autor: M<sup>a</sup> de Guadalupe Rico García y M<sup>a</sup> Sacristán Navarro**  
ISBN: 9788473568692  
N.º de págs.: 238  
Precio: 18 €

## Marketing en el punto de venta

¿Qué hacen los que más venden? Sin duda son muchos los factores que determinan el éxito para vender más en el comercio minorista. Con el propósito de definir, analizar y valorar los factores que contribuyen a aumentar las ventas, esta obra pone de manifiesto los cien parámetros que constituyen las ideas clave, donde se generan las estrategias en las que se basan las empresas de retail de éxito, para vender más, siendo más rentables y competitivas.

La aparición de nuevas tecnologías han impulsado nuevas formas comerciales a través del comercio *online* y otras fórmulas interactivas de comunicación desarrolladas mediante técnicas de *inbound marketing*.

**Autor: Ricardo Palomares Borja**  
ISBN: 9788473568746  
N.º de págs.: 509  
Precio: 24 €



Si deseas recibir el boletín de Novedades Editoriales, envía un correo electrónico a [editorial@esic.es](mailto:editorial@esic.es). Más información en [www.esic.edu/editorial](http://www.esic.edu/editorial). Los Antiguos Alumnos Asociados disfrutarán de un 35% de descuento en todos los títulos de la editorial de ESIC.