

Novedades ESIC Editorial



Secretos de la gestión de una crisis

¿Cuáles son las causas que originan una crisis? ¿Qué medidas hay que tomar si las amenazas de una crisis se cumplen? ¿Qué impacto puede tener en una empresa una mala gestión? ¿Sabemos el papel que cumple un equipo directivo dentro de una compañía en una época crítica? Mirando al futuro, ¿es posible evitar una crisis?... Todas estas preguntas y muchas más, se dan respuesta en este nuevo libro, donde se vislumbra, de forma brillante, el manual de una gestión eficaz.

El alcance de esta obra nos lleva mucho más allá de una simple definición de conceptos, y no se deja llevar por los tecnicismos académicos. Por esta razón, va destinado a aquellos lectores que quieran comprender las pautas claves de los secretos de una crisis, a través de un lenguaje muy sencillo, comprensible para cualquier lector y accesible también a no profesionales.

Autor: José Manuel Muriel
ISBN: 9788473568616
N.º de págs.: 93
Precio: 12 €

Guía del Social Media Marketing

El nuevo paradigma de Internet nos está obligando a cambiar nuestro modelo de gestión y migrar a un modelo de gestión empresarial 2.0, un modelo diferente, más transparente, más directo, más social... A través de un sencillo recorrido se presenta una amplia visión del entorno *online*, sus ventajas y desventajas, las precauciones que se debe tomar y un punto de inicio sobre el cual desarrollar una estrategia digital.

Los avances en materia de Social Media de los últimos años han sido, son y seguirán siendo espectaculares. El nivel de digitalización de la población y de las empresas es cada vez mayor. Las decisiones de compra se toman en Internet y las compras ya se efectúan cada vez más a través de este medio. Los consumidores entablan conversaciones sobre sus marcas y productos en la red; y buscan relacionarse con ellas a través de experiencias digitales.

Autor: Hugo Zuzarren y Bertol Gorospe
ISBN: 9788473568623
N.º de págs.: 231
Precio: 16 €



Metamorfosis del miedo. Historia de una corbata

El ser humano se resiste a los cambios, sobre todo a los inesperados; no digamos ya a los indeseados. Nos sentimos seguros en casa, en nuestro despacho, con los amigos de siempre. Y solemos preferir lo malo conocido a lo bueno por conocer.

Sin embargo, cuando las condiciones exteriores cambian, se produce lo que llamamos crisis. Entonces hace falta tirar de recursos, como "cambiar el cambio", es decir, adaptarse a él hasta llegar al punto de beneficiarse de él.

A lo largo de este trabajo se argumenta la necesidad que tienen nuestras empresas (y profesionales) de adaptarse a un mercado en continuo cambio.

Autor: Emilio Martínez Morán
ISBN: 9788473568326
N.º de págs.: 292
Precio: 16 €

Nuevas tendencias en investigación y marketing

La vida de las personas está experimentando importantes transformaciones. La rápida adopción de nuevas tecnologías y la larga duración de la crisis, aceleran y consolidan esos cambios al estimular nuevas maneras de informarse, formarse, comprar y divertirse.

Ante la incertidumbre, la gente necesita sentir que tiene el control y considera que ahora dispone de los medios para tomar decisiones de una forma más rápida y eficiente. Hoy, está decidida a utilizar los amplios medios que están a su alcance.

Más que nunca, las empresas necesitan conocer mejor a sus consumidores.

Autor: María Jesús Merino y Estefanía Yagüez
ISBN: 9788473568647
N.º de págs.: 151
Precio: 18 €



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