

Novedades ESIC Editorial



Manual de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social

La obra aborda las cuestiones básicas en materia de Derecho del Trabajo y Seguridad Social e incorpora los cambios normativos acaecidos hasta diciembre de 2014 primando, ante todo, la práctica y fácil comprensión de los elementos que conforman el ordenamiento social. La claridad en los conceptos, la metodología y cómoda consulta de los aspectos jurídico laborales hacen de esta obra una herramienta imprescindible dentro del nuevo sistema de enseñanza impuesto por el Espacio Europeo de Educación Superior. Está dirigido a estudiantes de grado y a profesionales que quieran iniciarse en el mundo de las relaciones laborales. El resultado es fruto de una intensa actividad profesional y empresarial. Pero, en ningún caso, pretende sustituir a los manuales clásicos de la materia.

Autor: Daniel Patricio Jiménez
ISBN: 9788415986577
N.º de págs.: 350
Precio: 22 €

Estrategias de marketing sectorial

La versatilidad de las herramientas de marketing hace que sean de aplicación universal y así se enseñan en universidades y escuelas de negocios, a través de programas especializados y genéricos. La realidad indica que estas herramientas deben ser aplicadas de un modo específico en cada sector. Las particularidades del sector son, en ocasiones, tan específicas que hacen de la aplicación del marketing algo artesanal.

En un contexto de globalización y especialización, el experto debe convertirse en un profesional capaz de aplicarlos con éxito en cada uno de los sectores en los que trabajará.

En la obra se aborda la aplicación del marketing a un conjunto de sectores de amplia relevancia en el contexto económico actual facilitando al futuro especialista el aprendizaje de las especificidades y las particularidades de cada sector.

Coordinadores: José María Cubillo y Alicia Blanco
ISBN: 9788473569927
N.º de págs.: 268
Precio: 20 €



La organización de empresas

Este libro aporta una propuesta de hacia dónde caminan las nuevas formas de división del trabajo, estableciendo las pautas de los nuevos modelos de organización.

Caminamos con paso firme hacia sistemas en los que habrá mucho menos trabajo «fijo y estable» y, en cambio, mucha necesidad de trabajo ajeno, en condiciones de «colaboración» o temporalidad. Los grandes serán cada vez más grandes, pero con menor tamaño. Es un libro del que no solo obtendrán utilidad práctica los estudiantes, sino todos aquellos directivos que se vean en la encrucijada de transformar la división del trabajo en su empresa.

Autores: Fernando Giner de la Fuente y María de los Ángeles Gil Estallo
ISBN: 9788415986522
N.º de págs.: 184
Precio: 18 €

Introducción al marketing y la comunicación en la empresa

Manual básico de introducción al Marketing. Su objetivo es iniciar en los instrumentos y decisiones de marketing y la comunicación. El libro se estructura en dos partes: la primera orientada a los conceptos característicos del marketing en el ámbito del mercado, la empresa y el desarrollo del plan de marketing estratégico; y, la segunda, centrada en el plan de marketing operativo. Permite al lector tener los conocimientos básicos del Marketing. Cada capítulo cuenta con un caso práctico y cuestiones de reflexión para profundizar en el tema.

Autores: Alicia Blanco González, Alberto Prado Román y Carmelo Mercado Idoeta
ISBN: 9788473567046
N.º de págs.: 229
Precio: 18 €



Si deseas recibir el boletín de Novedades Editoriales, envía un correo electrónico a editorial@esic.edu. 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.