

INVESTIGACIÓN DOCENTE

ESIC Editorial presenta su catálogo de las publicaciones más recientes de *investigación docente*. Quiere contribuir a la ampliación del conocimiento científico en sus aspectos social, económico, profesional y ético. La investigación básica, aplicada o analítica contribuye al beneficio de la comunidad científica y de toda la sociedad.



Estudio comparado de la tributación empresarial en la Unión Europea en época de crisis: España, Alemania e Irlanda

María José López Pérez
P 9788417914875
D 9788417914882
256 pág. 90€/65€

En este trabajo se analizan los aspectos fundamentales de la tributación empresarial en España, Alemania e Irlanda así como los principales cambios normativos relativos a la fiscalidad de las empresas introducidos en estos países desde el inicio de la crisis económica y financiera internacional de 2008.

Museos españoles en Facebook: análisis de su comunicación en el marco del museo social digital

José Manuel Mas Iglesias
P 9788418415029
D 9788418415050
458 pág. 90€/65€

El objetivo principal de esta investigación es analizar el uso que los principales museos de arte en España están haciendo de Facebook en el marco del museo social digital. Este concepto puede quedar definido como aquél que aprovecha las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales para profundizar en un museo que sea verdaderamente cercano, abierto y social.

Industrias extractivas y construcción de paz: el caso de las regiones productoras de hidrocarburos en Colombia

Eduardo Ramos Suárez
P 9788418415357
D 9788418415371
462 pág. 90€/65€

Este libro tiene como objetivo comprender, más allá de la literatura existente, si el sector estratégico del petróleo y el gas en Colombia puede actuar como un actor de desarrollo humano y sostenible para la construcción de la paz; el logro de este objetivo se plantea a través del análisis y desarrollo de esquemas de gobernanza participativa basados en el diálogo de los diferentes actores.

"Non omnis moriar" (No moriré del todo) Ser y Vida es Dios

Miguel Ángel Millán Atenciano
P 9788418415647
D 9788418415692
314 pág. 90€/65€

El presente estudio titulado "Non omnis moriar" (No moriré del todo), presenta un trabajo multidisciplinar por las distintas áreas que afronta transversalmente permitiendo acceder en una primera parte a un análisis filosófico antropológico que tiene al ser como objeto de su reflexión humana. Por una parte, la presencia del ser dialógico que nos presenta el filósofo Vienes Martin Buber (1878-1965).

Otras Tesis doctorales

ISBN Papel ISBN Digital	Título	Autor	Precio
P9788418415364 D9788418415388	Relación entre inteligencia emocional y rendimiento académico en adolescentes dentro de un centro educativo de excelencia en Sao Paulo	<i>María Vaquero Diego</i>	90 € 60 €
P9788417914516 D9788417914547	La seguridad vial laboral	<i>Francisco Javier Llamazares Robles</i>	90 € 60 €
P9788417914493 D9788417914561	El diálogo interreligioso en la empresa	<i>Dionisio Blasco España</i>	90 € 60 €
P9788417914479 D9788417914486	El estudio de la ética en las novelas de Juan Gabriel Vásquez	<i>Rui Lui</i>	90 € 60 €
P9788417914349 D9788417914400	Gestión de la diversidad y su impacto en el rendimiento de la empresa: un estudio empírico	<i>Luis Felipe Toro Dupouy</i>	90 € 60 €
P9788417914301 D9788417914325	Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa	<i>Carlos Victor Costa</i>	90 € 60 €
P9788417513801 D9788417513962	Impacto de las iniciativas de gestión de ideas internas en el desarrollo de una cultura de innovación en grandes organizaciones	<i>Juan Ramón Campos Blázquez</i>	90 € 60 €
P9788417513719 D9788417513771	Una revisión crítica sobre el enfoque de las escuelas de negocio españolas	<i>Francisco Javier Sastre Segovia</i>	90 € 60 €
P9788417513511 D9788417513580	Senior Tourism: Determinants, motivations and behaviour in a globalized and evolving market segment	<i>María Adela Balderas Cejudo</i>	90 € 60 €
P9788417129705 D9788417513184	Coaching en las organizaciones: una perspectiva desde la psicología social	<i>Sergio Cardona Herrero</i>	90 € 60 €
P9788417129668 D9788417513160	Influencia del Word of Mouth en la compra de fármacos OTC para perder peso, según el Modelo de Creencias de Salud	<i>Silvia Villaverde Hernando</i>	90 € 60 €
P9788417129675 D9788417513177	Place branding. La gastronomía como valor de marca y factor de atracción turística: el caso de España	<i>Ulpiano J. Vázquez-Martínez</i>	90 € 60 €
P9788417129156 D9788417513153	Análisis de la creación de valor Un enfoque de capacidades	<i>Silvia Martelo Landroquez</i>	90 € 60 €
P9788417024420	La comunicación política en la transición española: de la propaganda al marketing (1975-1982)	<i>Jorge Conde López</i>	90 €
P9788417024383	Análisis relacional entre variables en torno a los programas universitarios	<i>Gracia Serrano García</i>	90 €

CUADERNOS DE DOCUMENTACIÓN

Una colección que engloba la edición de casos prácticos, documentaciones, notas técnicas, etc., que facilitan el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.



Cálculo financiero básico aplicado

Jaime Juan Navarro Mohino

P 9788418415265 / 8€

D 9788418415289 / 6€

Se entiende como operación financiera cualquier transacción en la que exista un intercambio de capitales realizado entre dos partes donde se acuerda el montante de este, el precio y la duración.

Las operaciones en régimen simple se caracterizan porque los intereses se calculan siempre sobre el capital inicial. Este régimen es propio de las operaciones financieras a corto plazo.

Las operaciones en régimen compuesto se caracterizan porque los intereses se calculan siempre sobre el capital inicial del período anterior al cálculo. En este régimen los intereses son productivos, integrándose en el capital invertido y por tanto generando más intereses.

Resultado, rentabilidad y caja

Francisco Javier Ortega Verdugo

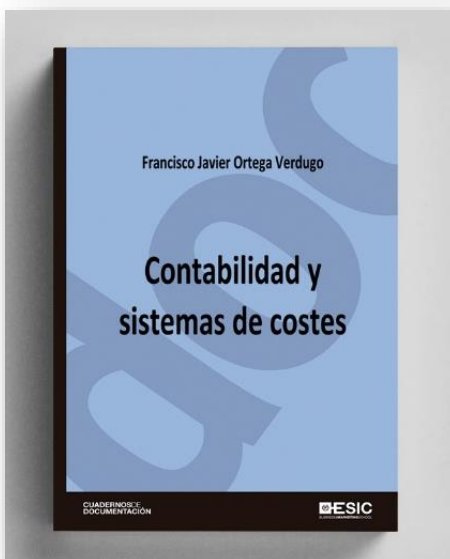
P 9788418415272 / 8€

D 9788418415296 / 6€

La presente nota técnica va dirigida a los alumnos que van a cursar un programa máster o un curso superior de dirección de empresas y que se han de enfrentar al módulo de finanzas.

Para poder iniciarnos y adentrarnos con solvencia en el mundo de las finanzas necesitamos conocer cómo se estructura el sistema de información económica y financiera en la empresa.

En la presente nota nos vamos a detener en la construcción y estructura de los modelos que conforman un sistema de información. Nos referimos al conjunto que forman: la cuenta de resultados, el balance de situación, el estado de cash flow y los ratios de gestión.



Contabilidad y sistemas de costes

Francisco Javier Ortega Verdugo

P 9788417914851 / 8€

D 9788417914868 / 6€

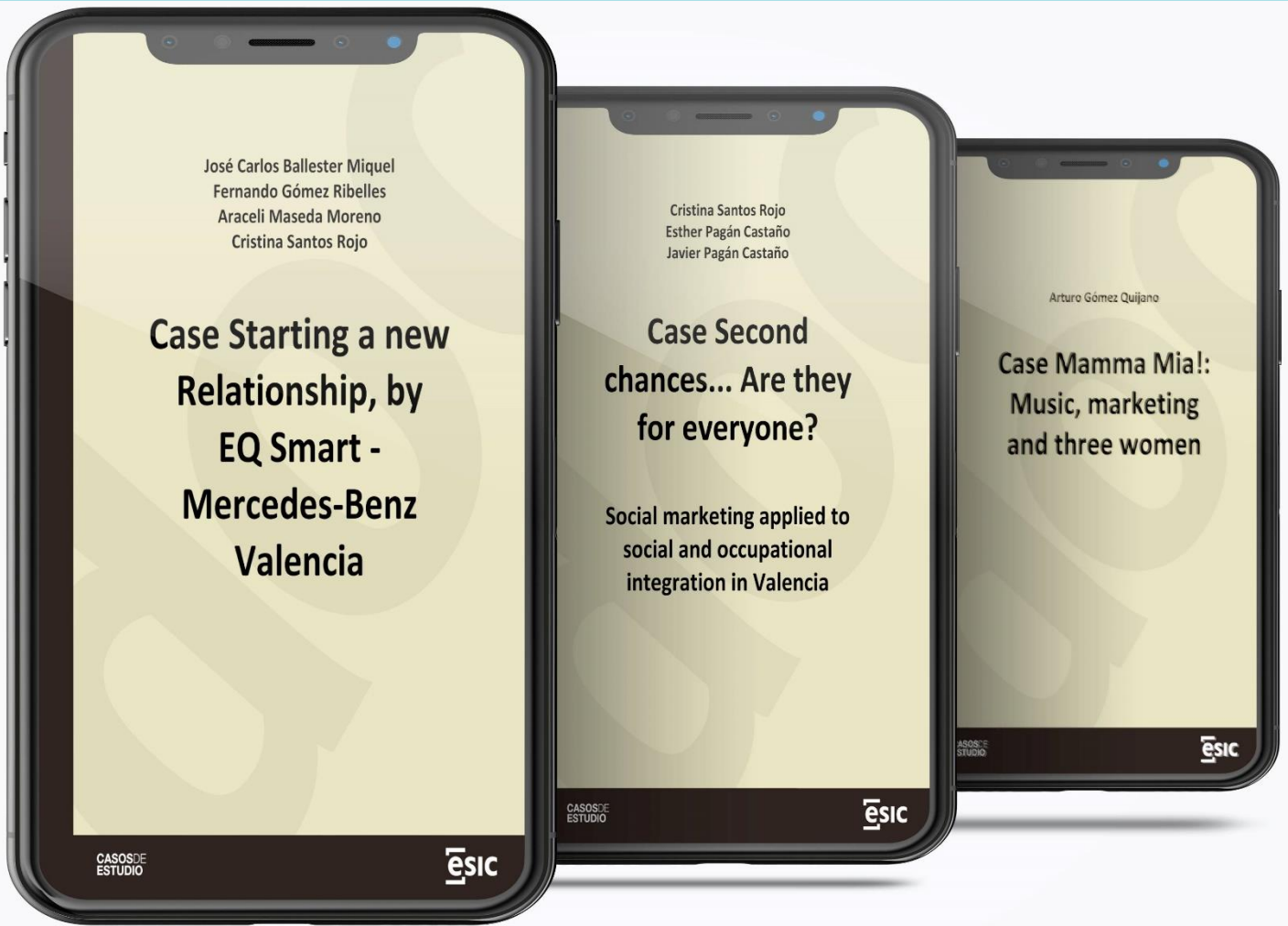
Maximizar el margen es el primer objetivo económico de una empresa. Sin un margen adecuado el negocio no será viable. En la configuración del margen intervienen dos parámetros: el precio y el coste del producto. Mientras que el precio de venta lo establece el mercado, compuesto por los competidores y los clientes, el coste del producto lo gestiona la empresa. Ambos estarán afectados por la estrategia competitiva que la empresa adopte. Por ello, establecer un sistema que mida los costes en los que incurre un producto o servicio para ser fabricado o prestado, comercializado y distribuido, se convierte en un elemento fundamental del management.

Otros cuadernos de documentación

ISBN Papel ISBN Digital	Título	Autor	Precio
P9788417513665 D9788417513849	Cirque du Soleil (El Circo del Sol)	<i>Ignacio Temiño Aguirre</i>	10 € 7 €
P9788417129866 D9788417513375	Liderazgo transformacional Qué es y cómo medirlo	<i>Antonio Salcedo Fernández</i>	8 € 6 €
P9788417129842 D9788417513351	Starbucks	<i>Ignacio Temiño Aguirre</i>	10 € 6 €
P9788417129620 D9788417513085	Planificación y Control de Proyectos con MS PROJECT 2016. Caso práctico	<i>Francisco Llamazares Redondo y José Ramón Romero Roldán</i>	10 € 5,16 €
P9788417129378 D9788417513054	Manual del debate	<i>Esther Pagán Castaño, Javier Pagán Castaño y Agustín Carrilero Castillo</i>	8 € 5,16 €
P9788417129613 D9788417513078	Medición de audiencias: TOM Micro. Utilidades en la elaboración de un Plan de Medios	<i>Belén Ávila Rodríguez de Mier y Francisco Llamazares Redondo</i>	8 € 5,16 €
P9788417129279 D9788417129972	La reforma del sistema de post-trading español: principales causas y consecuencias	<i>Pablo Roás Varela y Begoña Álvarez García</i>	8 € 5,16 €
P9788417129231 D9788417129545	Grupo Repsol Lectura empresarial	<i>Ignacio Temiño Aguirre</i>	10 € 7,73 €
P9788417024741 D9788417129552	Amazon	<i>Ignacio Temiño Aguirre</i>	10 € 7,73 €
P9788417024543 D9788417129569	Distribución y trade marketing Una realidad estratégica de gestión del...	<i>Agustín López-Quesada F.</i>	8 € 6,44 €
P9788417024413 D9788417129576	Estrategias de diferenciación Desafío para un retail eficiente	<i>Agustín López-Quesada F.</i>	8 € 6,44 €
P9788416701506 D9788417024598	Modelos de venta B2B. Venta Adaptativa, Venta Consultiva y Venta Transformacional	<i>Antonio Salcedo Fernández y Jesús Charlán Hidalgo</i>	8 € 5,59 €
P9788416701155 D9788417024581	Visual Merchandising y Tecnología Seducir al shopper en el punto de venta	<i>Andrés Gusó Sierra</i>	8 € 5,59 €
P9788416701148 D9788417024574	Retail Marketing Estrategias de marketing para los minoristas	<i>Andrés Gusó Sierra</i>	8 € 5,59 €
P9788416462971 D9788416701292	Financiación bancaria a corto plazo	<i>Francisco Javier Ortega Verdugo</i>	8 € 5,15 €
P9788416462872 D9788416701261	Comunicación persuasiva	<i>Antonio Salcedo Fernández</i>	8 € 5,15 €
P9788416462599 D9788416462834	Nuevas tecnologías aplicadas a la Comunicación Empresarial	<i>Francisco Llamazares, José Luis Villena y Oscar Herranz</i>	8 € 5,15 €
P9788415986812 D9788416462742	Etnografía aplicada a la investigación comercial y al marketing	<i>María José Rodríguez Matías</i>	8 € 5,15 €
P9788473561402 D9788416701377	Marketing y venta de productos de gran consumo a través del packaging	<i>Angel Luis Cervera Fantoni</i>	8 € 5,15 €

CASOS PRÁCTICOS

Una colección que engloba la edición de casos prácticos, que facilitan el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.



Case Starting a new Relationship, by EQ Smart - Mercedes-Benz Valencia

Araceli Maseda, Cristina Santos, Fernando Gómez y José Carlos Ballester.

9788418944628

39 pág. 6€

In 2014, Eduardo García-Oliveros was appointed CEO of the subsidiary Comercial Mercedes-Benz and general director of Subsidiaries for Spain. Then, he was facing the beginning of a disruptive change in the automotive industry. In June 2018, at the end of his speech as the sponsor of the ESIC Business & Marketing School Valencia 2018 class, he noticed that those youngsters had new insights to understand problems and propose different solutions.

Case Second chances... Are they for everyone?

Social marketing applied to social and occupational integration in Valencia

Cristina Santos, Esther Pagán y Javier Pagán.

9788418944635

25 pág. 6€

Juan, still unable to return home, continues to search for information at his office. He is motivated and intrigued and needs to set up a meeting with his Human Resources Director and the Director of the Tax and Legal Department as soon as possible. Juan is the CEO of an industrial waste cleaning services company, which has consolidated its position in the Valencian market thanks to its innovative integrated waste management service...

Case Mamma Mia!: Music, marketing and three women

Arturo Gómez Quijano

9788418944642

61 pág. 6€

It was October 2009, on a cold autumn evening in New York. It was not in my plans to be dancing between the seats of an old theatre on Broadway. I had flown a few days earlier from Madrid, to do some commercial research on the participation of American wedding dress companies in trade fairs. Since I had some free time, when I finished interviewing designers at the Waldorf Astoria, I immersed myself in the skyscrapers of that city, soaking up the culture of the world's capital.

Otros casos prácticos

ISBN Digital	Título	Autor	Precio
9788418944529	Caso BioAlai: ¿construyendo alternativas en el consumo alimentario?	<i>Juan Carlos Pérez de Mendiguren</i>	6 €
9788418944659	Caso Implementación de un sistema de gestión empresarial (ERP) en una universidad peruana (fase de cierre)	<i>Otto Regalado Pezúa y César Jhonnatan Paseli Horna Saldaña</i>	6 €
9788418944512	Caso: Liderando la estrategia digital desde las personas	<i>Guillermo Pérez Morales</i>	6 €
9788418944291	Caso Foto Ikatz compra Fotoprix. ¿Y ahora qué?	<i>Amaia Lafuente, Jon Hoyos y Oihana Valmaseda</i>	6 €
9788418944277	Caso Mamma Mia!: música, marketing y tres mujeres	<i>Arturo Gómez Quijano</i>	6 €
9788418944383	Caso Fixit: impact revolution. Act now La innovación social oculta de las empresas	<i>Ximena Muñoz Vivas</i>	6 €
9788418944222	Caso Design Thinking: una solución a la soledad	<i>Ximena Muñoz Vivas</i>	6 €
9788418944192	Caso: Cocreación y el arte de crear percepción de calidad	<i>Ximena Muñoz Vivas</i>	6 €
9788418944185	Caso: People Centricity... what's next?	<i>Ximena Muñoz Vivas</i>	6 €
9788418415432	Caso Converse: sostenibilidad consciente	<i>Gerardo Mochales González</i>	6 €
9788418944376	Caso OKR y clima laboral Implantación de un programa de «vida saludable» a través de objetivos y resultados clave	<i>Javier Sevilla Bernardo</i>	6 €
9788418944314	Caso Etikalia: Inmobiliaria Ética, ¿oxímoron o realidad?	<i>Asier Arcos, María García y Oihana García</i>	6 €
9788418944307	Caso Cafés La Brasileña: nuevos tiempos, ¿nuevas soluciones?	<i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando</i>	6 €
9788418944321	Caso Grupo Sarkis-Lagunketa La promoción de VPO, ¿una actividad rentable?	<i>Cristina López, Miguel Ángel Peña y Vicente Ruiz</i>	6 €
9788418415838	Caso: La tienda del apicultor	<i>Antonio Luis Iglesias López</i>	6 €
9788418944086	Caso Manbatt: nuevo modelo de negocio de energías fotovoltaicas Crecimiento del mercado energético fotovoltaico y las energías renovables	<i>Javier Sevilla Bernardo</i>	6 €
9788418415869	Caso Mercedes-Benz: lanzamiento de vehículos industriales ecológicos y la toma de decisiones	<i>Francisco Javier Sastre Segovia</i>	6 €
9788418415821	Caso Clever Solar Devices: el dilema de financiación de las startups	<i>Luis Marijuán de Santiago</i>	6 €

Otros casos prácticos

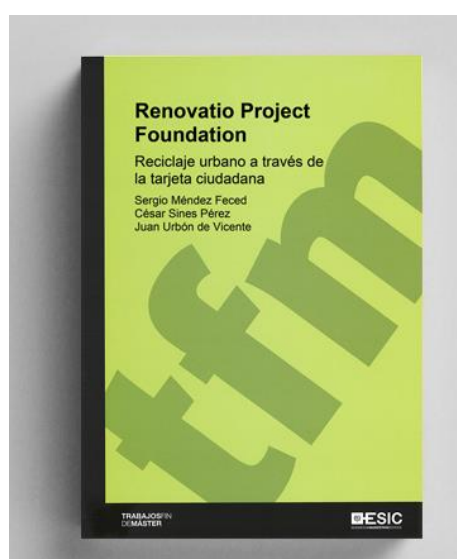
ISBN Papel ISBN Digital	Título	Autor	Precio
9788417914660	Caso Pelayo Vida #retopelayovida	Lisardo de Pedro Navarro y Susana Checa Prieto	6 €
D9788418415852	Caso Gamer Planet: transformación digital	José María Visconti Caparrós	6 €
D9788418415876	Caso Implementación de un sistema de gestión empresarial (ERP) en una universidad peruana (fase de ejecución)	Otto Regalado Pezúa y César Jhonnatan Paseli Horna Saldaña	6 €
D9788418415494	Caso Alicia en el país de las... Peluquerías #rethinkingnewnormality	María Guijarro García, Esther Pagán Castaño y Pilar Pérez Ruiz	6 €
D9788418415487	Caso Ya no son ni siquiera tres... ¡nos queda uno solo!	Mabel Pisá Bó, Hugo De Juan Jordán y Fernando Gómez Ribelles	6 €
D9788418415449	Caso Life sweet life	María Pilar Llopis Amorós, Vanessa Roger Monzó, María Arnal Pastor y Pilar Pérez Ruiz	6 €
D9788418415470	Case It's not even three anymore? We only have one	Mabel Pisá, Hugo De Juan, Fernando Gómez y José Fernando Gallego	6 €
D9788418415463	Caso Correos Vida #ParaEsoEstamos	María Guijarro García, Esther Pagán Castaño y Pilar Pérez Ruiz	6 €
D9788418415456	Caso Las segundas oportunidades... ¿son para todos?	Cristina Santos Rojo, Esther Pagán Castaño y Javier Pagán Castaño	6 €
D9788418415432	Caso EQ Smart: Be electric my friend. Diseño de la estrategia de posicionamiento	María Guijarro García, María Arnal Pastor y María Pilar Llopis Amorós	6 €
P9788418415036 D9788418415043	Caso Embotelladora DR: Redefiniendo el negocio de las bebidas	Carlos Medardo Urbina Rivera y Otto Regalado Pezúa	8 € 5 €
P9788417914783 D9788417914790	Caso Farmidable emprendedores con impacto	Alfonso Jesús Torres Marín	10 € 6 €
P9788417914745 D9788417914752	Caso Embotelladora DR: el fracaso de un plan comercial	Carlos Medardo Urbina Rivera y Otto Regalado Pezúa	8 € 6 €
P9788417914646 D9788417914653	Caso Implementación de un sistema de gestión empresarial (ERP) en una universidad peruana (fase de anteproyecto)	Otto Regalado Pezúa y César Jhonnatan Paseli Horna Saldaña	8 € 6 €
P9788417914585 D9788417914592	Economía colaborativa en el mercado de la movilidad. Caso Hoop	Julio Alard Josemaría y Nathan Lehoucq	8 € 6 €
P9788417914387 D9788417914394	Caso Embotelladora DR: el desafío de reposicionar una marca	Carlos Medardo Urbina Rivera y Otto Regalado Pezúa	8 € 6 €
P9788417914134 D9788417914196	Lanzamiento del colchón inteligente Smartpik de Pikolin	Jesús Charlán Hidalgo y Antonio Iglesias López	8 € 5 €
P9788417513993 D9788417914028	Caso BlogsterApp. Creación de una startup y su financiación a través de crowdfunding	A. J. Torres, V. Arregui, Y. Hernández, A. Moratiel y J. Sevilla	10 € 6 €

NOTAS TÉCNICAS UNIVERSITARIAS

Una colección que facilita el aprendizaje de conceptos y técnicas útiles para los futuros profesionales de empresa.

ISBN Papel ISBN Digital	Título	Autor	Precio
P9788417914523 D9788417914554	VBA Access	<i>Jesús García García-Doncel</i>	10 € 6,88 €
P9788416701551	Consultas a bases de datos relacionales Ejemplos en Access	<i>José Fernando López Muñoz</i>	8 €
P9788415986805 D9788416462797	La investigación de mercados: claves para conocer los insights del consumidor	María Jesús Merino Sanz y Teresa Pintado Blanco	8 € 5,15 €
P9788415986799 D9788416462773	Herramientas para dimensionar los mercados: la investigación cuantitativa	<i>María Jesús Merino Sanz y Teresa Pintado Blanco</i>	8 € 5,15 €
P9788473569729	El ROI como métrica de la eficacia del marketing	<i>Pablo J. López Tenorio y Mariano Méndez Suárez</i>	8 €
P9788473562164	Principios del Pensamiento Social Cristiano	<i>Eduardo Gómez Martín</i>	8 €
P9788473569996	La estadística descriptiva en la formación empresarial. Parte I	<i>Jose María Cordero Sánchez</i>	8 €
P9788473568388	Organización y administración de empresas: organización, dirección y control	<i>Carlos A. Pérez, Juan C. Fernández, Nieves Arranz y Francisco Ubierna</i>	8 €
P9788473568715	Introducción a la teoría de juegos Una aproximación a la decisión empresarial	<i>Nieves Arranz, Francisco Ubierna, Marta F. Arroyabe y Carlos Alberto Pérez</i>	8 €
P9788473569835	Días de compra misteriosa, aplicaciones prácticas de Mystery Shopping	Juan Delgado y Tamar Buil	8 €

NUEVA COLECCIÓN TFG y TFM



REVISTAS CIENTÍFICAS



Esic Market

Aspira a reforzar los lazos entre el mundo académico y el profesional mediante un espacio común de reflexión y diálogo, rechazando cualquier disociación entre acción e intelecto, que no son sino aspectos de una misma actuación ordenada a una economía humana, libre y eficaz; economía que Esic Market concibe desde una perspectiva personalizada y sobre la base institucional de la empresa y el mercado.

Descarga el contenido
https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_esic.php

Publica artículos teóricos y empíricos que contribuyen a crear, validar y enriquecer aspectos que permiten comprender mejor fenómenos y acciones empresariales y ayudan a tomar mejores decisiones en los ámbitos de dirección estratégica, contabilidad, gestión de los recursos humanos, educación, gestión de la información, gestión de la producción, logística empresarial, procesos de internacionalización, marketing, etc., aplicables o aplicados a cualquier sector de actividad económica.



aDResearchESIC

aDResearch ESIC es una revista científica fundada en 2010, cuyos principales objetivos son impulsar el conocimiento en materia de comunicación y publicidad, además de proporcionar un medio de difusión de pensamiento, y de acción investigadora, para todo el ámbito académico a nivel nacional e internacional.

Alineados con este propósito aDResearch ESIC, pretende contribuir a la investigación a través del estudio y análisis

interdisciplinar del amplio panorama de la comunicación, desde orientaciones tanto teóricas como empíricas. Y todo ello desde el rigor metodológico, siguiendo los criterios exigidos a las publicaciones científicas, y garantizando la selección de los revisores más cualificados y especialistas académicos para emitir una evaluación crítica y experta de cada trabajo.



Spanish Journal of Marketing – ESIC

Es una revista cuatrimestral de carácter específico que pretende ser marco de difusión y debate de las actuales líneas de investigación del área de marketing. Cuenta con un comité editorial formado por

Descarga el contenido
https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_investigacion.php

especialistas de reconocido prestigio que garantiza un riguroso y objetivo proceso de evaluación de los trabajos presentados. Algunos de los temas que incluye la revista son; marketing de relaciones, estratégico, comportamiento del consumidor, estrategias de marca, marketing de servicios, decisiones sobre precios, producto, etc.



ESIC Digital Economy & Innovation Journal, EDEIJ

Descarga el contenido
https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_investigacion.php

outstanding research works applied on experimental, epistemological, or descriptive research related to Digital Economy and Innovation in various disciplines. The journal incentivizes theoretical and practical developments that study, revise, revisit and enhance quality of decision making in economic problems. The paramount objective of the journal is to attract cutting-edge research on economic modelling, analytics, decision making and computer-based approaches to generate a new body of knowledge to assist policy and decision-makers in the pathway a sustainable society. Analytical models, empirical studies, state-of-the-art surveys, case-based studies, and solution approaches based on rigorous sound theory are welcomed to submit.