

# SELECCIÓN EDITORIAL OTOÑO 2022

LOS  
**LIBROS**  
SON LA MEJOR COMPAÑÍA



¡Suscríbete y ponte al día!

**esic**  
Editorial



# MÁS VENDIDOS



9788418944703 | 16€

## Cómo piensan los algoritmos de marketing

La eficacia en el marketing programático

Roberto Brognara

No es cierto que los algoritmos sean omnipotentes. Al menos en marketing, lo son menos de lo que podrían ser por desconocimiento, rigidez, miopía estratégica, presunción y otras razones que aquí se describen.

El big data ha traído consigo numerosas e importantes innovaciones, pero también ha relanzado una especie de glorificación de los datos...



9788418944550 | 14€

## Finanzas para no financieros

Estados e indicadores económico-financieros

Francisco López Sánchez

Este libro va dirigido especialmente a personas que tengan, o puedan tener, responsabilidades directivas en el ámbito empresarial y carezcan de formación financiera específica, así como a alumnos que cursen programas de posgrado en escuelas de negocios y universidades.

Entre sus objetivos no se encuentra la aspiración de ser un manual completo sobre la materia.



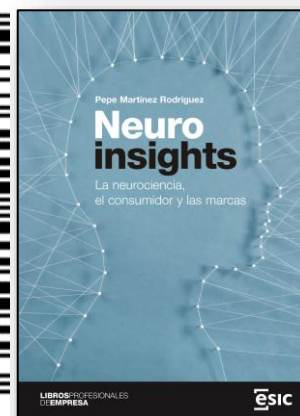
9788418944284 | 26€

## El plan de marketing en la práctica 24ª ed.

Teoría, práctica y estrategia

José Mª Sainz de Vicuña Ancín

ESIC vuelve a editar el libro "El Plan de Marketing en la práctica" de José María Sainz de Vicuña (Presidente de SDV y de SDV Elkartea), escrito con la voluntad de ofrecer a la alta dirección de cualquier empresa que sienta la necesidad de sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado, un instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz que le conduzca, paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración de un plan de marketing.



9788418415913 | 24€

## Neuroinsights

La neurociencia, el consumidor y las marcas

Pepe Martínez Rodríguez

La neurociencia se ha convertido en una potente ruta para comprender el funcionamiento de la mente del consumidor y el neuromarketing puede ayudar a las marcas y a los negocios a ser más competitivos.

Neuroinsights nos adentra de una forma clara, amena y cercana, en la interrelación entre las marcas, la neurociencia y el mundo que nos rodea.



9788418944444 | 16€

## ¿Cómo habla tu marca en podcast?

El audio en la estrategia de marketing digital de tu empresa

Andoni Orrantia

El audio vive su edad de oro impulsada por el *podcast*. Según el *Digital News Report*, España es uno de los países de Europa Occidental donde hay más escucha de este formato. Desde 2017 su consumo se ha incrementado un 240 %. El mercado crece, y con él la inversión publicitaria. Solo en Estados Unidos, PwC calcula que los ingresos alcanzarán los 2.000 millones de dólares en 2024.



9788418944062 | 22€

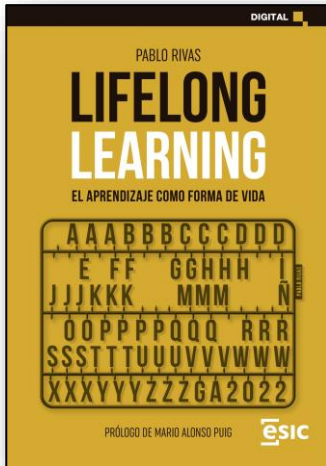
## Pon tu talento en acción

Ordena y construye tu espacio de desarrollo profesional

Elena Arnaiz Ecker

En este libro, su autora relata cómo ha visto delante de ella a grandes profesionales que manifestaban la incertidumbre que les provocaba no saber cuál era su talento, agotados de caminar sin rumbo y con la sensación de que sus oportunidades profesionales más valiosas pasaban ante ellos porque «los demás» no lograban verlos.

# ÚLTIMAS NOVEDADES



9788419480125  
180 pág. 16€

## Lifelong learning

El aprendizaje como forma de vida

*Pablo Rivas*

*LifeLong Learning* nos invita a reflexionar sobre nuestro propio proceso de reinención personal y profesional, a cuestionarnos el lugar que queremos ocupar y el papel que debemos dar al aprendizaje continuo durante el transcurso de nuestras vidas para no quedarnos fuera del nuevo paradigma económico. Pero, ante todo, es una reflexión que llama a la acción:

**A las instituciones educativas**, para que repiensen sus modelos formativos y puedan responder a los cambios.

**A las empresas**, para que comprendan la importancia de entrenar su propio talento interno y el valor que tiene la experiencia de esos miles de profesionales, que ahora separamos por su edad, siendo los más confiables.

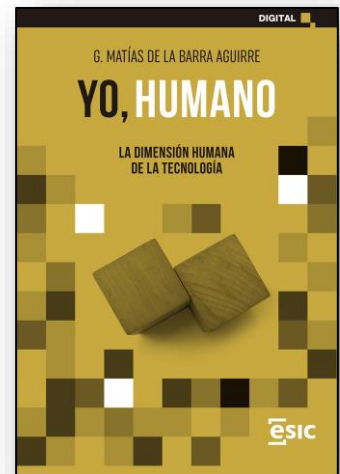
**Y a las instituciones públicas**, para que entiendan la necesidad de saber actuar a tiempo, facilitando el acceso al aprendizaje continuo de su fuerza productiva para que puedan seguir sustentando la economía.

## Yo, humano La dimensión humana de la tecnología

*G. Matías de la Barra Aguirre*

Este libro se concibe como una guía para todas aquellas personas que tienen en mente crear, gestionar y dirigir el rumbo de una empresa, grande o pequeña, nacional o multinacional, incluso real o virtual. En este punto se incluye a aquellos que tampoco se hubieran imaginado en dichas responsabilidades y que la vida les ha puesto en esos menesteres.

Sin perder de vista que las realidades empresariales no dejan de ser un reflejo de la sociedad en la que vivimos, este es un libro que permite identificar el rol, cada vez más difuso, de las personas en un mundo altamente tecnificado y cuyo destino no parece ser el mejor de todos para el ser humano.



9788419480101  
194 pág. 16€

## Seo en la práctica

Ubica tu web en los primeros resultados de la serp

*Jesús García García-Doncel*

A diario, miles de millones de personas buscan en Internet para informarse, comprar un producto, contratar un servicio o cubrir cualquier otra necesidad. La presencia en Internet se ha convertido en un factor clave de éxito para las empresas, que cada vez demandan más profesionales capaces de incrementar la visibilidad de la compañía en Internet. En este entorno, los buscadores tienen un papel protagonista, son los que deciden qué resultados presentan al usuario cuando este realiza una búsqueda en Internet.

En esta obra, se explica todo lo necesario para posicionar los contenidos de un sitio web en las primeras posiciones de los resultados de las búsquedas. Se incluyen una serie de talleres para poner en práctica todo lo aprendido y comenzar a generar visitas desde el principio.



9788419480118  
264 pág. 18€

# ÚLTIMAS NOVEDADES



9788418944758  
246 pág. 24€

## La empresa bancaria sostenible y responsable Una visión económica, medioambiental, social y de gobierno corporativo

*Enrique Castelló Muñoz*

Este libro trata de responder a las demandas y expectativas que en la sociedad actual es necesario impulsar para el desarrollo de las finanzas sostenibles a través de las diversas iniciativas de la inversión sostenible y responsable (ISR).

Enrique Castelló, su autor, hace un recorrido por los cambios político-legales, económicos, sociales y tecnológicos del entorno que están provocando una profunda transformación del sector bancario. La nueva banca adopta el enfoque stakeholders y afronta los desafíos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (los tres pilares ASG de la sostenibilidad) que con el refuerzo de la responsabilidad social corporativa, debe alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para la Agenda 2030.

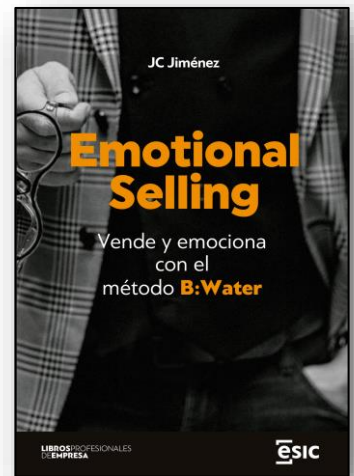
## Emotional selling

Vende y emociona con el método **B:Water**

*JC Jiménez*

*Emotional selling* es un movimiento que prioriza las emociones como el mejor camino para conseguir el éxito en la venta. Porque las emociones deciden el éxito en una venta. Y siempre poniendo a la persona (vendedor y, obviamente, comprador) en el centro de la acción con el propósito de conseguir la satisfacción plena y estable de todos los que participan en el maravilloso mundo de la venta. El objetivo no es vender más. Es vender mejor. La consecuencia: vender más.

Con este libro vas a conseguir vender a las emociones y resultados 100 % eficaces. Vas a emocionar las emociones del cliente. Vas a pasar de vender valor a ser valor. El valor eres tú porque TÚ eres la solución para tu cliente.



9788418944789  
198 pág. 21€



9788418944819  
128 pág. 14€

## Customer & retail experience

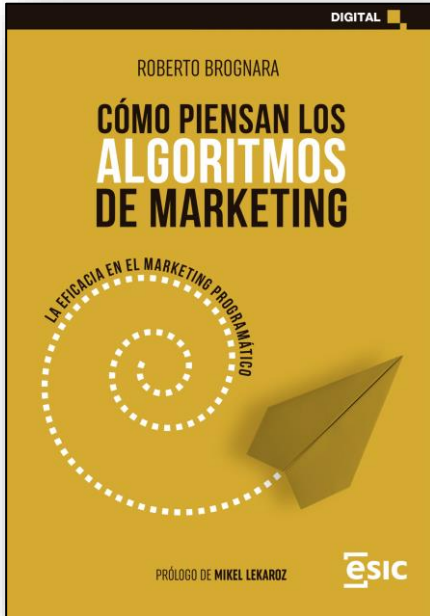
*Agustín López-Quesada*

Esta obra presenta la evolución del marketing, que se encamina cada vez más a la experiencia de compra y no a un enfoque de producto.

Hoy lo importante es conocer cómo afectan los sentidos en la compra al cliente/*shopper*/consumidor, ya que la compra es un proceso y no una acción. Comienza cuando el consumidor elige dónde satisfacer sus necesidades, continúa en el punto de venta (físico/*online*) decidiendo qué comprar y finaliza con el proceso de pago. Asimismo, la venta es un proceso que empieza por averiguar las necesidades reales del consumidor, sigue con la exposición de productos y soluciones que pueden satisfacer esas necesidades, continúa con la asistencia durante la compra y finaliza con el cobro y el servicio posventa.



# NOVEDADES DESTACADAS



## Cómo piensan los algoritmos de marketing La eficacia en el marketing programático

*Roberto Brognara*

No es cierto que los algoritmos sean omnipotentes. Al menos en marketing, lo son menos de lo que podrían ser por desconocimiento, rigidez, miopía estratégica, presunción y otras razones que aquí se describen.

El *big data* ha traído consigo numerosas e importantes innovaciones, pero también ha relanzado una especie de glorificación de los datos y los procedimientos automáticos (es decir, los algoritmos) que la cultura del marketing ya conocía y había superado.

Esta primera generación de marketing programático, que los gigantes de la economía digital lanzaron hace quince años y consolidaron en todo el mundo, puede mejorar significativamente y los resultados empresariales también.



9788418944703

240 pág. 16€

## Finanzas para no financieros

Estados e indicadores económico-financieros

*Francisco López Sánchez*

Este libro va dirigido especialmente a personas que tengan, o puedan tener, responsabilidades directivas en el ámbito empresarial y carezcan de formación financiera específica, así como a alumnos que cursen programas de posgrado en escuelas de negocios y universidades.

Entre sus objetivos no se encuentra la aspiración de ser un manual completo sobre la materia. Antes al contrario, pretende tan solo con un lenguaje sencillo y pedagógico trasladar al lector el mundo complejo de la gestión económico-financiera. No es tampoco un manual de técnica contable, ya que para los directivos no importa tanto el conocimiento especializado como la perspectiva global que es preciso tener para que sus decisiones sean más ilustradas y acertadas.

El contenido se estructura en dos partes bien diferenciadas:

1. Estados económico-financieros, donde se analizará la estructura y ordenación del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
2. Indicadores económico-financieros, sobre todo los que se consideran más relevantes para la gestión empresarial.



9788418944550

140 pág. 14€

## NOVEDADES



9788418944758  
246 pág. 24€

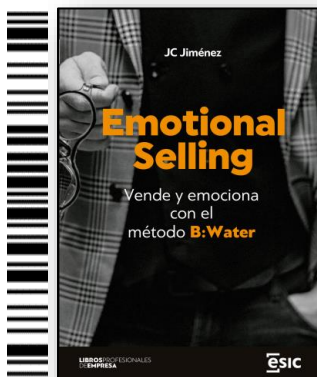
### La empresa bancaria sostenible y responsable

Una visión económica, medioambiental, social y de gobierno corporativo

Enrique Castelló Muñoz

Este libro trata de responder a las demandas y expectativas que en la sociedad actual es necesario impulsar para el desarrollo de las finanzas sostenibles a través de las diversas iniciativas de la inversión sostenible y responsable (ISR).

Enrique Castelló, su autor, hace un recorrido por los cambios político-legales, económicos, sociales y tecnológicos del entorno que están provocando una profunda transformación del sector bancario.



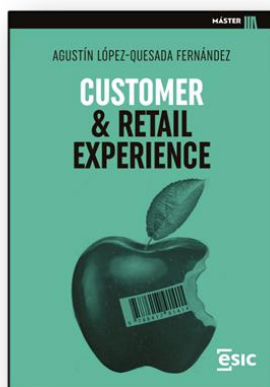
9788418944789  
198 pág. 21€

### Emotional selling

Vende y emociona con el método **B:Water**

JC Jiménez

*Emotional selling* es un movimiento que prioriza las emociones como el mejor camino para conseguir el éxito en la venta. Porque las emociones deciden el éxito en una venta. Y siempre poniendo a la persona (vendedor y, obviamente, comprador) en el centro de la acción con el propósito de conseguir la satisfacción plena y estable de todos los que participan en el maravilloso mundo de la venta. El objetivo no es vender más. Es vender mejor. La consecuencia: vender más.



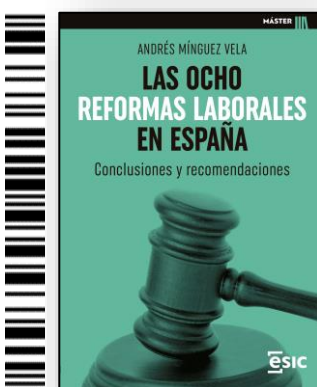
9788418944819  
128 pág. 14€

### Customer & retail experience

Agustín López-Quesada

Esta obra presenta la evolución del marketing, que se encamina cada vez más a la experiencia de compra y no a un enfoque de producto.

Hoy lo importante es conocer cómo afectan los sentidos en la compra al cliente/*shopper*/consumidor, ya que la compra es un proceso y no una acción. Comienza cuando el consumidor elige dónde satisfacer sus necesidades, continúa en el punto de venta (físico/online) decidiendo qué comprar y finaliza con el proceso de pago.



9788418944741  
96 pág. 14€

### Las ocho reformas laborales en España

Conclusiones y recomendaciones

Andrés Mínguez Vela

En estas páginas se abordan las ocho reformas laborales de una forma objetiva, evitando tecnicismos y utilizando fuentes de información diversa que nos permiten examinarlas desde diferentes puntos de vista. Pretenden, sobre todo, incrementar el número de contratos indefinidos y reducir los temporales. En cuanto al porcentaje de personas desempleadas, inciden otros factores incontrolables, tal y como demuestra la historia reciente.



9788418944680  
232 pág. 22€

### Política de producto

Susana Díaz Iglesias

El contenido de este manual se ajusta a la asignatura de Política de Producto que se imparte en los estudios del Grado de Marketing, y aborda de una manera teórica y práctica lo que se entiende y estudia en relación a la p de producto prestando atención también a los servicios.

En cuanto a la estructura, de manera introductoria se presentan los elementos que configuran la oferta de producto y su clasificación. Se profundiza en las diferentes etapas por las que discurre el ciclo de vida de los productos.



9788418944574  
342 pág. 25€

### Plan financiero para start-ups

Proceso y métricas en la práctica

Jon Hoyos Iruarrizaga

¿Cuánto dinero necesita mi proyecto? ¿Cuándo está previsto que sea rentable? ¿Qué datos necesito y cómo presentarlos? Cualquier start-up suele enfrentarse tarde o temprano a la necesidad de elaborar unas proyecciones financieras futuras. Esta tarea debe afrontarse muchas veces sin contar con una formación previa en el área financiera. Existen hojas de cálculo o profesionales en los que poder delegar esa labor, pero sirve de poco si ello no va acompañado de una comprensión conceptual de los fundamentos básicos que rigen un proceso de esta naturaleza.

# NOVEDADES



9788418944536  
232 pág. 18€

## Monetizando el valor social en la economía naranja

### El caso de los museos vascos

Leire San-Jose y José Luis Retolaza

Este libro es resultado de la participación de los ocho principales museos del País Vasco (Museo San Telmo, Aquarium, Itsasmuseum, Archivo Diocesano, Chillida Leku, Minería del País Vasco, Artium Museo y Museo de Bellas Artes de Bilbao), que han colaborado en el marco de Funko (Confederación Vasca de Fundaciones) en un proceso de *action research*, liderado por la Universidad del País Vasco UPV/EHU, orientado al desarrollo para identificar en monetarias el valor transferido a la sociedad [...]



9788418944499  
225 pág. 16€

## Cómo lograr un buen clima laboral

### Diagnóstico, medición y gestión para organizaciones

Ángel Olaz y Pilar Ortiz

Todo aquello que no se puede medir no se puede gestionar, y lograr un buen clima laboral no es ajeno a esta cuestión. Muy buena parte del clima laboral de las organizaciones puede explicarse debido al peso que la cultura destila en la propia empresa, fundación, institución o corporación. Si el clima puede entenderse como la «atmósfera» que se «respira», también se convierte en una manera de evaluar el estado de salud de la organización. La satisfacción del individuo en el puesto de trabajo —y por extensión, del equipo— es clave para [...]



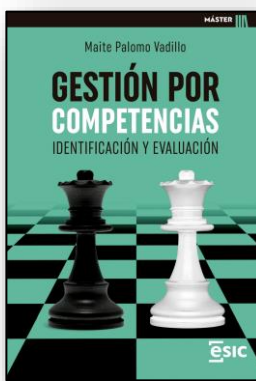
9788418944444  
192 pág. 16€

## ¿Cómo habla tu marca en podcast?

### El audio en la estrategia de marketing digital de tu empresa

Andoni Orrantia

El audio vive su edad de oro impulsada por el *podcast*. Según el *Digital News Report*, España es uno de los países de Europa Occidental donde hay más escucha de este formato. Desde 2017 su consumo se ha incrementado un 240%. El mercado crece, y con él la inversión publicitaria. Solo en Estados Unidos, PwC calcula que los ingresos alcanzarán los 2.000 millones de dólares en 2024.



9788418944390  
116 pág. 14€

## Gestión por competencias

### Identificación y evaluación

Maite Palomo Vadillo

En la actualidad, el talento es un valor diferencial que permite generar ventajas competitivas sostenibles y duraderas en el tiempo. Por ello, la competitividad y el futuro de la gran mayoría de las organizaciones va a estar claramente relacionada con la capacidad que tengan estas para atraer, identificar, evaluar, retener, desarrollar y comprometer el talento de las personas.



9788418944451  
148 pág. 15€

## Los motores de la creatividad

Luis Vázquez Suárez y Roberto Sánchez Gómez

Existe una cierta confusión sobre lo que significa ser creativo. Ser creativo no es sinónimo necesariamente de genial. Tampoco hace falta ser excéntrico para ser creativo. Y se puede ser muy creativo y no tener talento para las artes plásticas.

No hace falta pensar en cosas raras para tener buenas ideas. Ser creativo es tener ideas nuevas y útiles, nada más y nada menos.



9788418944062  
288 pág. 22€

## Pon tu talento en acción

### Ordena y construye tu espacio de desarrollo profesional

Elena Arnaiz Ecker

En este libro, su autora relata cómo ha visto delante de ella a grandes profesionales que manifestaban la incertidumbre que les provocaba no saber cuál era su talento, agotados de caminar sin rumbo y con la sensación de que sus oportunidades profesionales más valiosas pasaban ante ellos porque «los demás» no lograban verlos.

¿Empezamos a poner orden? Te estamos esperando. Brilla sin miedo.



# NOVEDADES



9788418944055  
255 pág. 16€

## Empresas o juglares

Crea contenido para alcanzar a tu audiencia (casi) gratis

Gorka Zumeta

Este es un libro para introducirse con entusiasmo y conocimiento en el mundo del marketing digital y especialmente en el marketing de contenidos. No es necesario contar con base alguna para afrontar su lectura y, lo más importante, su aplicación. Está dirigido tanto a pequeñas y medianas empresas como a particulares que quieran poner en marcha y desarrollar su marca personal, embrión de su propia empresa.



9788418415920  
246 pág. 22€

## De la emoción a la compra

Por qué y cómo compramos

Estefanía Yagüe y María Jesús Merino  
(Coordinadoras)

Esta obra recorre en siete capítulos los puntos principales del *journey* del consumidor y el *shopper* con el objetivo de encontrar *insights* potentes, accionables y ágiles que generen crecimiento estratégico y sostenible a las compañías. Comienza por entender cómo funciona el cerebro y como toman las decisiones emocionales y racionales los consumidores. La confluencia entre la neurociencia y la economía conductual permite entender las relaciones entre los consumidores, las marcas y sus procesos de decisión de compra.



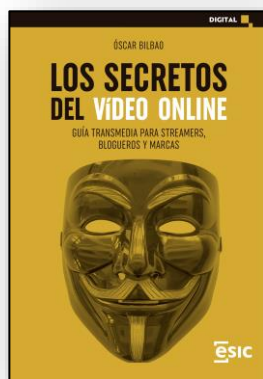
9788418944147  
132 pág. 14€

## Historia económica

Desde las sociedades nómadas hasta la primera globalización

Javier Bustos Díaz

Conocer la historia económica nos permite saber en qué fallaron los sistemas económicos y cómo llevaron a las distintas sociedades a las crisis financieras. Además, en este libro conoceremos cómo algunas empresas revolucionaron el mercado y transformaron la economía del momento.



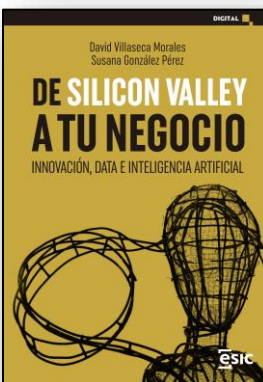
9788418415975  
236 pág. 16€

## Los secretos del video online

Guía transmedia para streamers, bloggers y marcas

Óscar Bilbao

Esta guía pretende acompañarte en el proceso conjugando las bases de la comunicación, el marketing y la publicidad con aplicaciones, herramientas y técnicas de cine y TV. Aplicar a las nuevas plataformas los eternos métodos de persuasión. Ofrecer una base sólida sobre la que arrancar un proyecto o una lanzadera para profundizar en los distintos campos.



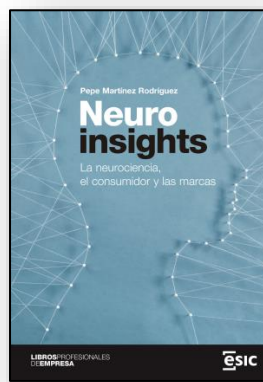
9788418415906  
184 pág. 18€

## De Silicon Valley a tu negocio

Innovación, data e inteligencia artificial

David Villaseca Morales y Susana González Pérez

Este manual permite conectar con las soluciones, herramientas y prácticas de innovación utilizadas en Silicon Valley, colocando en el centro las necesidades de las personas y profundizando en las claves tecnológicas de la transformación hacia un negocio más inteligente. El cloud computing ha supuesto una verdadera revolución en el proceso de transformación digital, maximizando las capacidades y reduciendo los costes.



9788418415913  
324 pág. 24€

## Neuroinsights

La neurociencia, el consumidor y las marcas

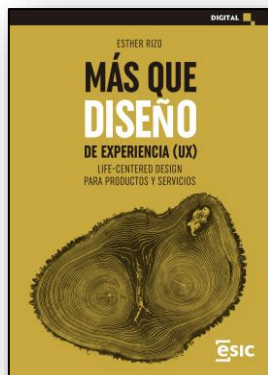
Pepe Martínez Rodríguez

La neurociencia se ha convertido en una potente ruta para comprender el funcionamiento de la mente del consumidor y el neuromarketing puede ayudar a las marcas y a los negocios a ser más competitivos.

Neuroinsights nos adentra de una forma clara, amena y cercana, en la interrelación entre las marcas, la neurociencia y el mundo que nos rodea.



# NOVEDADES



9788418415777  
248 pág. 16€

## Más que diseño de experiencia (UX)

Life-centered design para productos y servicios

*Esther Rizo Casado*

**Más que diseño de experiencia (UX)** te descubre los procesos creativos existentes. Antes de construir un producto o servicio, hay que urdir un plan, un proyecto que tenga en cuenta tanto a las personas que lo conciben como a las que lo utilizarán, que permita testear prototipos para hacer un viaje al futuro y comprobar cómo funciona la idea.



9788418415982  
215 pág. 22€

## Los 7 pecados laterales

42 técnicas creativas generadoras de innovación

*Francisco Torreblanca y Paco Lorente*

Un manual tremendamente útil y productivo para trabajar la creatividad como nunca lo hiciste. Con este vanguardista enfoque, fruto de la fusión de dos conceptos de alta potencialidad, los resultados innovadores están asegurados. El actual entorno VUCA hace hoy más necesario que nunca disponer de vehículos canalizadores de la creatividad, con el objetivo de desarrollar ideas diferentes, sorprendentes y capaces de captar la atención de un consumidor hambriento de novedades.



9788418944079  
215 pág. 18€

## Una empresa para la persona

Aportaciones desde el pensamiento social cristiano

*Dionisio Blasco*

¿Qué empresa para qué persona? Esta pregunta descubre en sí misma la profunda conexión, interdependencia e implicación entre la comprensión de la empresa y la del ser humano en la empresa.

El presente libro pretende subrayar y dar a conocer la enriquecedora y fundamental aportación del pensamiento social cristiano al actual concepto y comprensión de la empresa.



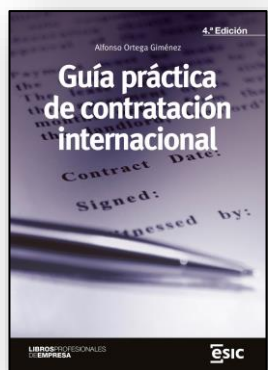
9788418944284  
540 pág. 26€

## El plan de marketing en la práctica

24ª edición

*José M<sup>a</sup> Sainz de Vicuña Ancín*

ESIC vuelve a editar el libro "El plan de marketing en la práctica" de José María Sainz de Vicuña (Presidente de SDV y de SDV Elkartea), escrito con la voluntad de ofrecer a la alta dirección de cualquier empresa que sienta la necesidad de sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado, un instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz que le conduzca, paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración de un plan de marketing.



9788418944369  
232 pág. 22€

## Guía práctica de contratación internacional

4ª edición

*Alfonso Ortega Giménez*

La contratación mercantil internacional está adquiriendo cada día mayor relevancia; los vínculos entre los operadores comerciales internacionales son cada vez más complejos, debido a la regulación contractual, el empleo de medios tecnológicos y la complejidad del mundo de las divisas.

Con esta obra se pretende ayudar al profesional a entender y conocer las particularidades.



9788418415791  
248 pág. 22€

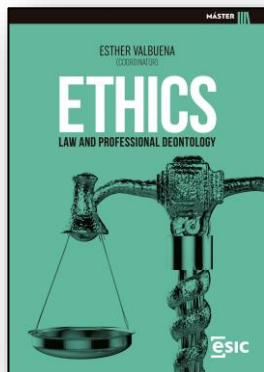
## La era de la confianza

Cómo convertirse en una empresa TrustMaker

*Sandra Sotillo Fraile*

La confianza se ha convertido en el nuevo grial de las organizaciones. Todos quieren encontrarla, pero pocos saben dónde conseguirla. Es uno de los grandes retos a los que se enfrentan personas, empresas, instituciones y gobiernos. Mediante evidencias y casos prácticos la autora nos acompaña en un viaje didáctico que proporciona a directivos y equipos inspiración y metodologías para adecuar sus negocios a la nueva era de la confianza.

# SELECCIÓN EDITORIAL



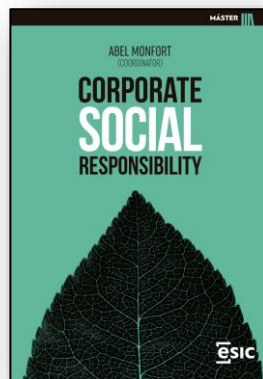
9788418944048  
162 pág. 14€

## Ethics, Law and Professional Deontology

*Esther Valbuena García (Coordinador)*

This book is aimed at students, teachers and researchers, and those responsible for the ethical and sustainable management of organizations; it helps to identify, understand and expand on some relevant aspects related to ethical management of companies and institutions.

As a whole, it is a work that invites reflection and defines the main deontological and ethical problems which organizations face in a globalized, technological and interconnected world.



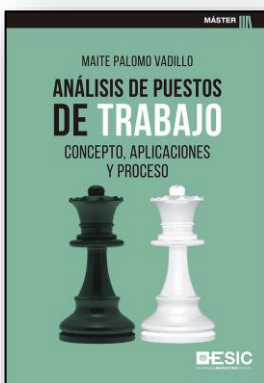
9788418944031  
152 pág. 14€

## Corporate Social Responsibility

*Abel Monfort (Coordinador)*

This book is a comprehensive guide to the fundamentals of corporate social responsibility and sustainability management in organizations. It describes the concepts and the process for developing a CSR strategy and its subsequent communication.

The book develops the most relevant international initiatives and the theories that support strategic CSR decisions.



9788418415883  
104 pág. 12€

## Análisis de puestos de trabajo

**Concepto, aplicaciones y proceso**

*Maite Palomo Vadillo*

Los modelos centrados en los puestos de trabajo han quedado claramente obsoletos. Ahora bien, no podemos olvidar que el puesto de trabajo constituye el vínculo entre las características de la organización y las personas, y va a determinar las actividades que debe realizar su ocupante, las competencias que debe poseer, el salario que va a recibir, su contexto físico, social y organizativo, etc.



9788417513221  
140 pág. 16,50€

## Guía práctica para el diseño y medición de competencias profesionales

*Ángel José Olaz Capitán*

El término competencia parece haberse convertido en la palabra mágica capaz de resolver cualquier problema organizativo y de recursos humanos, tanto en el mundo de la empresa, como en el de las organizaciones ya sean públicas o privadas.

Este libro permitirá conocer de forma práctica sus potencialidades y, lo que es más importante, emplearlas y medirlas de un modo intuitivo, sencillo y riguroso a la vez.



9788418415784  
168 pág. 18€

## La transformación del marketing sanitario

**Cómo los datos son el petróleo del siglo XXI**

*Lorena Pérez Campillo y José María Martínez García*

El marketing sanitario está en continua evolución. Ello se debe, fundamentalmente, a que surgen de forma continuada nuevas herramientas tecnológicas que complementan y mejoran los planteamientos tradicionales, permitiendo anticiparse más a los hechos, disminuir costes y facilitar la simulación de estrategias, donde la aplicación de analytics y bigdata juegan un papel protagonista.



9788418415654  
248 pág. 22€

## Pricing 4.0

*Emilio de Velasco*

¿Existe un camino probado, experimentado, que permita obtener la monetización adecuada a través de los precios?

Pricing 4.0 responde a esta pregunta que muchas empresas se plantean ante los retos del desarrollo tecnológico, las plataformas, la evolución de los costes marginales, las bases de datos y las aplicaciones matemáticas, que han conformado lo que el autor considera como el ecosistema del pricing. Así, esta obra propone como camino «la escalera del pricing».

# SELECCIÓN EDITORIAL



9788418415739  
310 pág. 24€

## Consumidor consciente Un recorrido por su toma de decisiones

*Sergio Rodríguez Rodríguez*

Las personas somos entes polifacéticos y complejos. Cuando consumimos productos y servicios, estamos condicionados por nuestras circunstancias, vivencias y experiencias. Resulta clave para lograr las mejores estrategias de marketing y comunicación conocer las palancas que influyen en las decisiones de consumo.



9788418415623  
222 pág. 16€

## Lidera proyectos de trabajo Una visión en clave competencial

*Ángel Olaz*

En un mercado laboral incierto la flexibilidad y la adaptabilidad se convierten en factores clave en el desarrollo de un proyecto. El trabajo "para siempre" ha dado paso a un nuevo modelo de relaciones profesionales basado en el cortoplacismo, inmediatez, conectividad y una mayor eficiencia, en la que los profesionales que en él coinciden durante un período limitado de tiempo, deben adquirir, estimular y desarrollar un conjunto de aptitudes, actitudes y comportamientos.



9788418415500  
208 pág. 16€

## Reinventar tu liderazgo 12 claves para gestionar equipos

*Adela Balderas*

Otra forma de liderar es necesaria, sobre todo en tiempos de gran incertidumbre en los que nos hemos cuestionado absolutamente todo, en los que es necesario reinventar las relaciones, cuando un liderazgo no solo depende de la eficiencia y eficacia, sino de la magia de la forma y el fondo. En *Reinventar tu liderazgo* encontrarás tu libro de cabecera si buscas y sueñas con sacar lo mejor de los demás.



9788418415401  
416 pág. 26€

## Merchandising 3ª edición Teoría, práctica y estrategia

*Ricardo Palomares Borja*

El merchandising desempeña un papel fundamental en la creación de espacios comerciales diseñados para crear una experiencia de compra memorable, que suscite el interés y el deseo de poseer los productos presentados en el punto de venta mediante estrategias de merchandising y marketing sensorial que permitan conformar una atmósfera comercial potencialmente más atractiva y, por lo tanto, más vendedora.

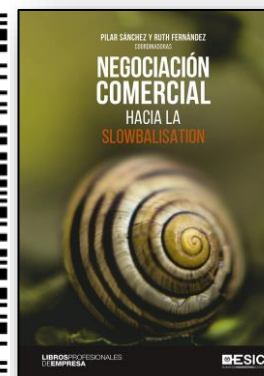


9788418415746  
210 pág. 16€

## Las siete magnificas Siete habilidades profundas para potenciar tu vida, tu profesión y tu organización

*Luis Parra, Elena Iglesias, Juan Carlos Blanco, Matilde Bellido, Alberto Ariza, José María González-Alorda y David Cerdá*

Se viene hablando intensamente en los últimos años de las soft skills como el conjunto de capacidades que va más allá de lo técnico (hard skills) y complementa a los profesionales para el óptimo desempeño de sus funciones. Sin embargo, quienes han tenido la experiencia personal de emprender y dirigir saben que estas «habilidades blandas» o competencias humanas.



9788417914943  
312 pág. 25€

## Negociación comercial Hacia la slowbalisation

*Pilar Sánchez y Ruth Fernández*

Slowbalisation es un concepto que implica innovar. Acercarse a algo diferente y, a su vez, mantener su esencia. En el último Foro de Davos (2020) se trató el concepto de moralizar la globalización. Los excesos cometidos han provocado un cambio necesario. Ya no vale todo; no se puede mirar para otro lado y no es adecuado decir «el responsable ha sido mi socio local». El mundo está cambiando; la empresa, el marketing y la comunicación han de hacerlo también.



# SELECCIÓN EDITORIAL



## Lecciones de economía

*Sergio A. Berumen*

“Lecciones de economía” estudia los contenidos de las guías docentes de los primeros cursos de introducción a la Economía, Microeconomía y Macroeconomía de los grados y licenciaturas en Ciencias Sociales de las universidades españolas y latinoamericanas. La presente es una versión renovada y ampliada de las tres ediciones de “Lecciones de economía para no economistas”.

9788418415302  
880 pág. 49€



## Marketing en redes sociales

*María Sicilia, Mariola Palazón, Inés López y Manuela López*

Las redes sociales han irrumpido con fuerza en nuestra sociedad y ya forman parte del día a día de millones de consumidores en todo el mundo. Las empresas no han tardado en hacerse eco de su potencial y las están incorporando progresivamente a sus negocios.

El libro se estructura en torno a seis capítulos en los que se ofrecen los conocimientos necesarios para el lector.

9788418415319  
260 pág. 22€



## Emprende en digital Diseña y valida tu startup

*Alfonso J. Torres Marín*

Este libro te ayudará a comprender las oportunidades y amenazas a las que te enfrentas como emprendedor digital en la actualidad, así como los distintos mecanismos de generación de ingresos y de ideas de negocio existentes.

9788418415142  
184 pág. 15€



## Marketing online Estrategia y táctica en la era digital

*Mikel Markuleta e Iraia Errandonea*

El marketing digital es una disciplina en auge y en constante crecimiento.

El abanico de posibilidades que ofrece es cada vez más amplio, y con el vertiginoso desarrollo de las nuevas tecnologías, estas opciones se multiplican.

9788418415197  
152 pág. 15€



## Tu yo digital ¿Quién eres en Internet?

*Francisco López González*

Este libro arroja luz sobre una de las cuestiones más en boga actualmente, ¿quiénes somos en Internet? consiguiendo no sólo responder, sino también ayudarnos a entender en qué medida nos afecta a nivel personal y profesional.

9788418415180  
264 pág. 22€



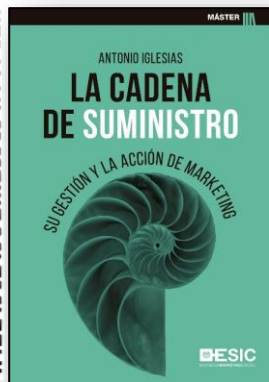
## Marketing digital y dirección de e-commerce Integración de las estrategias digitales

*Mel Solé y Jordi Campo*

El marketing digital es hoy más que nunca una necesidad imperiosa. Nadie puede quedarse rezagado y este libro sería bueno que se convirtiera en un manual de lectura necesaria para cualquier persona que quiera adentrarse en este mundo y no desconectarse de la realidad del entorno digital actual.

9788418415234  
200 pág. 15€

## SELECCIÓN EDITORIAL

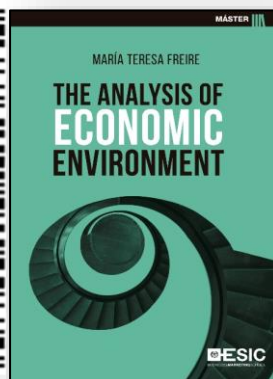


### La cadena de suministro Su gestión y la acción de marketing

*Antonio Iglesias*

Todas las compañías, pequeñas y grandes, deben preparar respuestas en su planificación estratégica y procesos operativos con los que puedan llegar al mercado en una posición que les permita satisfacer las necesidades de sus clientes, de cara a conseguir su fidelización.

9788418415159  
152 pág. 12€



### The Analysis of Economic Environment

*María Teresa Freire*

This book makes economic concepts more accessible to all those who want to understand the "logic" behind economics, and tries to go a step further in explaining economic analysis and its usefulness.

9788417914974  
88 pág. 12€



### Análisis del entorno económico

*María Teresa Freire*

Este libro acerca los conceptos económicos a todos aquellos que quieren entender la «lógica» de la economía, e intentar dar un paso más en cuanto a la explicación del análisis económico y la utilidad del mismo.

9788417914967  
88 pág. 12€

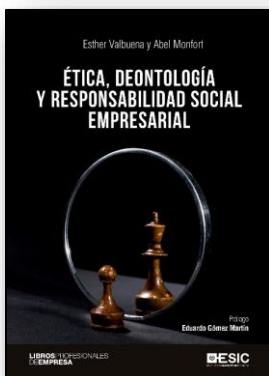


### Gestión de la calidad

*Ignacio Soret y M<sup>a</sup> Mercedes de Obesso*

Para la gestión de la calidad es preciso comprender los principios básicos, reconocer la necesidad de mejorar continuamente, adaptar la cultura personal y empresarial, apoyarse en ciertas herramientas de ámbito universal y hacer partícipes de ella a todos los empleados de la organización.

9788417914912  
136 pág. 12€

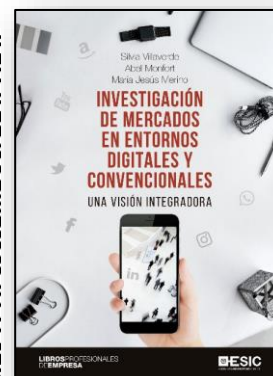


### Ética, deontología y responsabilidad social empresarial

*Esther Valbuena y Abel Monfort*

Este libro va dirigido a estudiantes, docentes e investigadores y responsables de la gestión de la sostenibilidad y responsabilidad social en las organizaciones. El texto ayuda a la identificación, comprensión y profundización de los asuntos relevantes relacionados con la gestión ética en las empresas e instituciones.

9788418415081  
262 pág. 22€



### Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales Una visión integradora

*Silvia Villaverde, Abel Monfort y María Jesús Merino*

La investigación de mercados también ha sido partícipe del cambio tecnológico y la digitalización, por lo que este manual aporta las nuevas técnicas y metodologías digitales que enriquecen y complementan a la investigación tradicional.

El libro va dirigido a estudiantes, profesionales de la docencia y del sector de investigación de mercados que quieran iniciar su conocimiento y experiencia en esta materia.

9788417914936  
254 pág. 16€

# SELECCIÓN EDITORIAL



9788417914981  
304 pág. 26€

## Las claves de la dirección

Conceptos, cuestiones y la voz de 40 directores generales

Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena

Escrito para las direcciones generales, las personas que ocupan el más alto cargo y la más alta responsabilidad de las empresas y organizaciones, este libro es el resultado de una cuidadosa observación de comportamientos profesionales de numerosos directores y directoras generales sobre la materia y que se han ido recogiendo, completando, puliendo y perfeccionando con el tiempo.



9788418415074  
166 pág. 18€

## Emprendimiento en la práctica

Cómo las amenazas permiten reinventarse

José María Sainz de Vicuña Ancín

La lección que nos deja la transformación de larva en mariposa es que lo que a veces percibimos como una amenaza es en realidad una oportunidad que nos brinda la vida para empezar de nuevo y hacer las cosas de otra manera. Reinventarnos. «En otras palabras, usted puede emprender y no tenga miedo al fracaso. Todos hemos fracasado más de una vez».

José María Sainz de Vicuña



9788418415067  
326 pág. 25€

## A-tienda

Dirección y gestión del punto de venta

Cristina Olarte Pascual, Yolanda Sierra Murillo y Alba García Milon

El libro está organizado en doce capítulos que aportan herramientas de gestión y directrices útiles para conseguir que la clientela tenga una grata experiencia en los puntos de venta, se emocione y se vaya con ganas de volver.

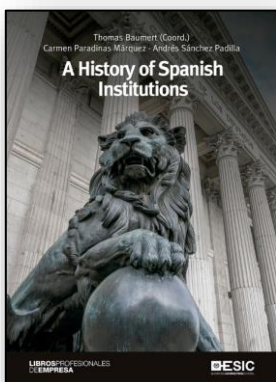


9788417914677  
208 pág. 22€

## Historia de las instituciones españolas

Thomas Baumert (Coord.), Carmen Paradinas Márquez y Andrés Sánchez Padilla

No cabe duda de que las instituciones y su historia importan, no ya como elemento fundamental a la hora de explicar la evolución sociopolítica de un país, sino como factor determinante del desarrollo económico, el bienestar y la prosperidad.

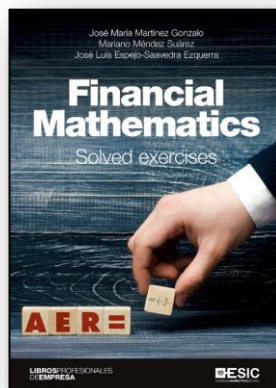


9788417914899  
208 pág. 22€

## A History of Spanish Institutions

Thomas Baumert (Coord.), Carmen Paradinas Márquez y Andrés Sánchez Padilla

Institutions and their history matter; and not only because they are crucial elements in explaining a country's socio-political evolution, but also as determinant factors of economic development, wealth and prosperity.



9788417914769  
104 pág. 15€

## Financial Mathematics Solved exercises

José María Martínez Gonzalo, Mariano Méndez Suárez y José Luis Espejo-Saavedra Ezquerro

It is a manual for students, teacher and professionals interested in understanding appraisal methods for the most popular banking products. The handbook addresses the main topics of Financial Mathematics studied in the graduate and postgraduate courses of Business Administration with exercises that are always solved step by step to strengthen the concepts that can be learnt.



# SELECCIÓN EDITORIAL



9788417914622  
104 pág. 15€

## Cálculo financiero Ejercicios resueltos

Mariano Méndez Suárez, José Luis Espejo-Saavedra Ezquerro y José María Martínez Gonzalo

Es un manual dirigido a estudiantes, docentes y profesionales que tengan interés en el conocimiento de los métodos de valoración de los principales productos bancarios. El manual cubre de una forma divulgativa los principales tópicos de los cursos de cálculo financiero de los grados de ADE y posgrado, como MBA, mediante ejercicios resueltos, siempre paso a paso y enfocados a reforzar lo aprendido.

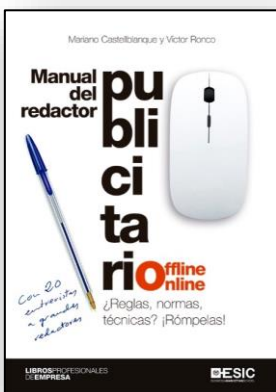


9788417914639  
156 pág. 18€

## La dirección de operaciones desde una perspectiva práctica Ejercicios resueltos

María Valle Santos Álvarez y Víctor Martín Pérez

La formación de directivos requiere de la atención a distintas áreas y cuestiones cuyo entramado marca el desarrollo de la empresa y, en definitiva, su éxito y supervivencia. El área de operaciones es un ámbito de suma importancia por cuanto pone el foco en el núcleo central de la actividad de la empresa: la obtención de los bienes y/o servicios que ofrecemos al mercado con objeto de generar valor. Las decisiones que aquí se adoptan deben estar en sintonía...



9788417914356  
304 pág. 22€

## Manual del redactor publicitario offline-online ¿Reglas, normas, técnicas? ¡Rómpelas!

Mariano Castellblanque y Víctor Ronco

Este libro, examina a fondo la figura del redactor publicitario y en qué consiste su trabajo, a la vez que estudia y analiza los elementos clave que hay que utilizar para escribir anuncios y campañas off-on de verdadero éxito.



9788417914363  
168 pág. 16€

## La reunión eficaz Convierte tu reunión en una sesión de trabajo de alto desempeño

Marcelino Gilabert López

La sinrazón en que se ha convertido la celebración de las reuniones de trabajo impulsa al autor, Marcelino Gilabert, a recoger en esta obra las claves que posibiliten a las organizaciones la modificación de los procedimientos internos para permitir que sus reuniones alcancen la consideración de alto desempeño.

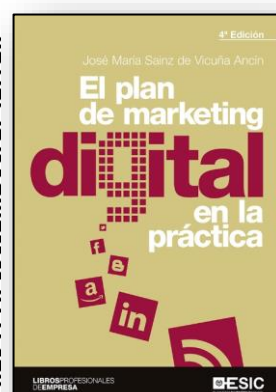


9788417914370  
156 pág. 16€

## Supertalent Desarrolla tu talento digital más disruptivo e interactivo para conquistar el mundo profesional

Chal Jiménez Vinuesa

El mundo debe cambiar; los nuevos profesionales, el talento del futuro, son los que cambiarán y deben cambiar el mundo ¿Pero qué tipo de talento necesitan el mundo y las empresas? ¿Necesitan superhéroes? La respuesta es No. Solo necesitan supertalento. Está en sus manos cambiar el mundo, son el presente y el futuro, y solo podemos confiar en ellos para llevar a cabo esta ardua tarea.



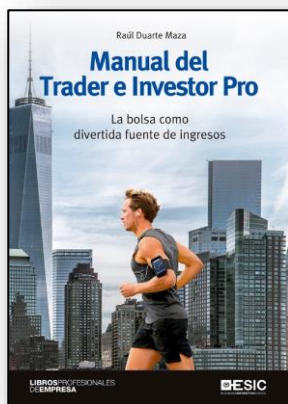
9788418415395  
296 pág. 22€

## El plan de marketing digital en la práctica

José María Sainz de Vicuña Ancín

El plan de marketing digital en la práctica abunda en la labor que el autor ha pretendido realizar, en los últimos 25 años, aportando su experiencia para elaborar su libro El plan de marketing en la práctica. Este manual fue elegido por las escuelas de negocio, empresas de consultoría y altos directivos de importantes multinacionales como uno de «los 20 mejores libros de gestión» de los últimos años.

# SELECCIÓN EDITORIAL



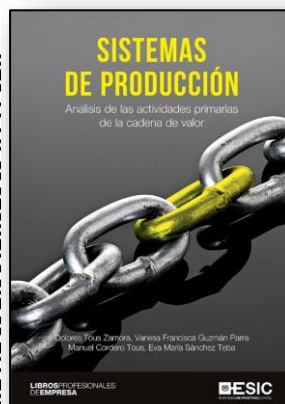
## Manual del Trader e Investor Pro

La bolsa como divertida fuente de ingresos

Raúl Duarte Maza

La verdadera clave para ganar de forma consistente en la bolsa de valores, sostiene Duarte, está en mantenerse equilibrado al operar/invertir, producto de aplicar una estrategia específica, acorde al valor o valores seleccionados y estilo de operación/inversión elegido, siendo éste suficientemente compatible, tanto con esos valores, como con el propio perfil personal.

9788417914240  
204 pág. 23,50€



## Sistemas de Producción

Análisis de las actividades primarias de la cadena de valorTous

Dolores Zamora, Vanesa Francisca Guzmán Parra, Manuel Cordero Tous y Eva María Sánchez Teba

El libro estudia el sistema de producción desde una perspectiva estratégica, utilizando para ello la cadena de valor de Porter, de forma que se analice la producción de bienes y servicios buscando las actividades que generen valor añadido a la empresa. Se investiga a partir de la cadena de valor de las actividades primarias del sistema de producción.

9788417914295  
340 pág. 25€



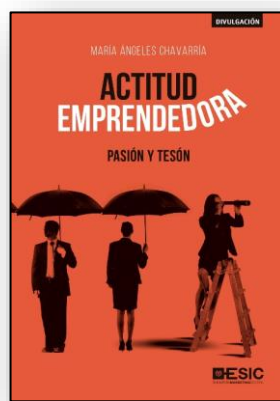
## Customer Experience

Las claves de la experiencia de cliente en la era digital cognitiva

Juan Carlos Alcaide Casado y Mikel Diez

La austeridad está de moda. No tener coche es cool. Ir «hablando solo» por la calle es lo más normal del mundo, teniendo cuidado de que no nos atropelle un patín. Y las ancianas de la residencia de ancianos del barrio compran caramelos con Amazon Prime y hacen skype con sus nietos.

9788417513696  
316 pág. 35€



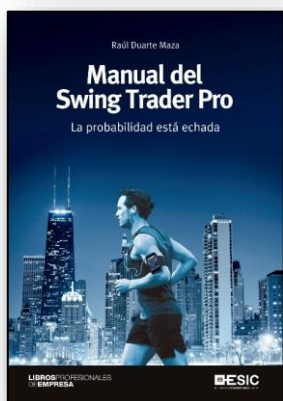
## Actitud emprendedora

Pasión y tesón

María Ángeles Chavarría

La actitud emprendedora es una competencia necesaria tanto en el ámbito profesional como en el académico y en el personal; por ello, debería potenciarse y desarrollarse en todas las edades (de 0 a 100, o más, ahora que se prolonga la esperanza de vida).

9788417513672  
200 pág. 16,50€



## Manual del Swing Trader Pro

La probabilidad está echada

Raúl Duarte Maza

A través de este manual aprenderás a realizar –en no más de 15 minutos– las sencillas pero cruciales tareas diarias necesarias para identificar, y ejecutar, entradas –y salidas– con altas probabilidades de ganar; estando de esta forma permanentemente preparado para tomarlas una y otra vez aplicando tu estrategia de operación.

9788417914158  
148 pág. 18€



## Outside Insight

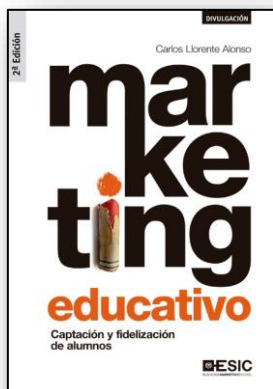
El uso de la inteligencia artificial para navegar por un mundo inundado de datos: una nueva perspectiva estratégica para la toma de decisiones en la era digital

Jorn Lyseggen y Carlos Victor Costa

Outside Insight es una guía práctica sobre cómo romper con los esquemas tradicionales de la toma de decisiones empresariales para adaptarse a la nueva realidad digital. Es un libro que enseña cómo obtener informaciones de origen externo para crear una potente ventaja fundamentada en informaciones públicas.

9788417513481  
254 pág. 20€

# SELECCIÓN EDITORIAL



## Marketing educativo Captación y fidelización de alumnos

*Carlos Lorente Alonso*

El 70% de los colegios que invierte en marketing tiene más alumnos. El marketing educativo es actualmente un elemento diferenciador, y el principal motor de cambio en educación. Además de captación y fidelización, el departamento de marketing de un colegio debe trabajar la innovación y la comunicación externa.

9788417914127  
142 pág. 15€

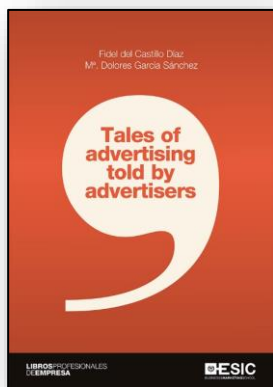


## Gestión de la comunicación Un enfoque integral

*Josefa D. Martín-Santana, Cristina Olarte Pascual, Eva Reinares Lara, Pedro J. Reinares Lara y Rocío Samino García*

Dirigido tanto al ámbito académico como profesional de la comunicación comercial con el objetivo de proporcionar una visión pedagógica, actual y coordinada de sus diferentes herramientas, combinando de forma sinérgica contenido teórico con las mejores prácticas comunicativas de las organizaciones.

9788417914110  
328 pág. 22€

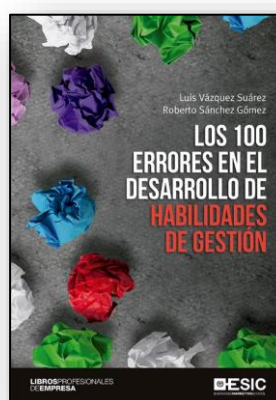


## Tales of advertising told by advertisers

*Fidel del Castillo Díaz y María Dolores García Sánchez*

An advertiser's communications director, an advertising agency director, a creative director, a media director, an account director, a strategic planning director, an expert in advertising law and a creative innovation director tell us what their vision is of the work they do, the functioning of the agency and advertising in general.

9788417914059  
158 pág. 18€



## Los 100 errores en el desarrollo de habilidades de gestión

*Luis Vázquez Suárez y Roberto Sánchez Gómez*

Este libro muestra, de forma visual, amena e intuitiva, y con un lenguaje claro y directo, que los fallos que limitan nuestro desarrollo personal y profesional se pueden agrupar en tres tipos: errores de planificación, errores de dirección (de uno mismo o de otros) y errores de control (de uno mismo, de otros o de la situación).

9788417914141  
192 pág. 16€



## Comunicación que funciona Claves para triunfar en la vida y en la profesión desde la comunicación

*Bernardo R. Facta*

Concebido gracias al aporte previo de una mirada de autores, investigadores y talentos que dedicaron tiempo y esfuerzo a decodificar nuestro enorme potencial, además de sugerir líneas para concretarlo en resultados exitosos, sus diferentes capítulos (de estilo intencionalmente desenfadado) invitan a un viaje a través de nosotros mismos, en el que cada parada hará énfasis en un área concreta de esa...

9788417513825  
494 pág. 25€



## Transformando organizaciones Liderar el cambio

*Sandra Romain Marciano*

Este libro es una guía para todos aquellos directivos, gestores y profesionales que deben impulsar, gestionar o implantar un proyecto de cambio y para quienes desean entender mejor la diferencia entre gestionar proyectos y gestionar el cambio.

9788417914066  
126 pág. 15€



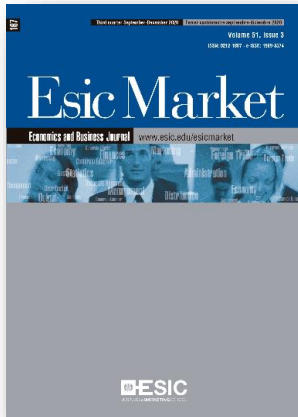
# CASOS Y NOTAS TÉCNICAS UNIVERSITARIAS

ISBN	Título	Autor	Precio
9788419480033	Caso e-health : innovando en salud	<i>Alejandro de Pablo Cabrera</i>	6,00 €
9788418944956	Case Liceo Sorolla school: And the students... where are they?	<i>Josefina Novejarque Civera, Mabel Pisá Bó y Vanessa Roger Monzó</i>	6,00 €
9788418944994	Caso centros comerciales: una realidad con dos caras.	<i>Ana María Gómez Olmedo</i>	6,00 €
9788418944598	Caso Gastheiz: ¿Cerveza de patata u homenaje a la ciudad de Vitoria?	<i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando</i>	6,00 €
9788418944871	Caso Correos Market: la conexión con el mundo rural.	<i>José Carlos Ballester Miquel, Esther Pagán Castaño y Carlos Vivas Peris.</i>	6,00 €
9788418944864	Caso: Mi tío de América.	<i>Juan Ramón Campos Blázquez y Francisco González López.</i>	6,00 €
9788418944697	Caso Grupo Sarkis-Lagunketa. Financiación de una promoción de viviendas de protección oficial (VPO).	<i>Cristina López Caro, Miguel Ángel Peña Cerezo y Vicente Ruiz Herrán.</i>	6,00 €
9788418944765	photovoltaic energies. Growth of the photovoltaic energy market and renewable energies.	<i>Javier Sevilla Bernardo.</i>	6,00 €
9788418944727	Caso Correos: Línea Bosques y RSC.	<i>Paula Nieto Alemán, Carla Martínez Climent y Arturo Ortigosa Blanch.</i>	6,00 €
9788418944628	Case Starting a new Relationship, by EQ Smart - Mercedes-Benz Valencia.	<i>Araceli Maseda, Cristina Santos, Fernando Gómez y José Carlos Ballester.</i>	6,00 €
9788418944635	Case Second chances... Are they for everyone? Social marketing applied to social and occupational integration in Valencia.	<i>Cristina Santos Rojo, Esther Pagán Castaño y Javier Pagán Castaño.</i>	6,00 €
9788418944529	Caso Bioalai: ¿Construyendo alternativas en el consumo alimentario?	<i>Juan Carlos Pérez de Mendiguren Castresana.</i>	6,00 €
9788418944512	Caso: liderando la estrategia digital desde las personas	<i>Guillermo Pérez Morales.</i>	6,00 €
9788418944291	Caso foto Ikatz compra Fotoprix. ¿y ahora qué?	<i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando.</i>	6,00 €
9788418944277	Caso Mamma mia!: música, marketing y tres mujeres.	<i>Arturo Gómez Quijano.</i>	6,00 €
9788418944383	Caso fixit: impact revolution. act now. La innovación social oculta de las empresas.	<i>Ximena Muñoz Vivas.</i>	6,00 €
9788418944185	Caso: People centricity... what's next?	<i>Ximena Muñoz Vivas.</i>	6,00 €
9788418944222	Caso Design thinking: una solución a la soledad.	<i>Ximena Muñoz Vivas.</i>	6,00 €
9788418944192	Caso: Cocreación y el arte de crear percepción de calidad.	<i>Ximena Muñoz Vivas.</i>	

# CASOS Y NOTAS TÉCNICAS UNIVERSITARIAS

ISBN	Título	Autor	Precio
9788418944154	Caso Converse: sostenibilidad consciente	<i>Gerardo Mochales González.</i>	6,00 €
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>	6,00 €
9788418944307	Caso Cafés La Brasileña: nuevos tiempos, ¿nuevas soluciones?	<i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando.</i>	6,00 €
9788418944314	Caso Etikalia: inmobiliaria ética, ¿oxímoron o realidad?	<i>Asier Arcos Alonso, María García Álvarez y Oihana García Alonso.</i>	6,00 €
9788418944321	Caso Grupo Sarkis-Lagunketa La promoción de VPO, ¿una actividad rentable?	<i>Cristina López Caro, Miguel Ángel Peña Cerezo y Vicente Ruiz Herrán.</i>	6,00 €
9788418415838	Caso: La tienda del apicultor.	<i>Antonio Luis Iglesias López.</i>	6,00 €
9788418944086	Caso Manbatt: nuevo modelo de negocio de energías fotovoltaicas.	<i>Javier Sevilla Bernardo.</i>	6,00 €
9788418415715	Valuation of grifols.	<i>Azeem Muhammad Chaudhary e Íñigo Llano Sánchez.</i>	6,00 €
9788418415821	Caso Clever solar devices: el dilema de financiación de las startups.	<i>Luis Marijuán de Santiago.</i>	6,00 €
9788418415852	Posmodernidad: impacto y retos globales.	<i>Juan Antonio Galera Martínez.</i>	6,00 €
9788418415845	Caso Voge: dos ruedas mejor que cuatro	<i>Gerardo Mochales González.</i>	6,00 €
9788418415869	Caso Mercedes-Benz: lanzamiento de vehículos industriales ecológicos y la toma de decisiones.	<i>Francisco Javier Sastre Segovia.</i>	6,00 €
9788418415821	Caso Clever Solar Devices: el dilema de financiación de las startups.	<i>Luis Marijuán de Santiago.</i>	6,00 €
9788418415876	Caso Implementación de un sistema de gestión empresarial (ERP) en una universidad peruana (fase de ejecución)	<i>Otto Regalado Pezúa y César Jhonnatan Paseli Horna Saldaña.</i>	6,00 €
9788418944307	Caso Gamer Planet: transformación digital.	<i>José María Visconti Caparrós.</i>	6,00 €
9788418415494	Caso Alicia en el país de las...Peluquerías #rethinkingnewnormality.	<i>María Guijarro García, Esther Pagán Castaño y Pilar Pérez Ruiz.</i>	6,00 €
9788417914585	Economía colaborativa en el mercado de la movilidad. Caso Hoop Marketing y comunicación en las plataformas de coche compartido (Carpooling).	<i>Julio Alard Josemaría y Nathan Lehoucq.</i>	6,00 €
9788418415470	Case It's not even three anymore... we only have one.	<i>M. Pisá Bó, H. De Juan Jordán, F. Gómez Ribelles y José Fernando Gallego Nicholls.</i>	6,00 €
9788418415487	Caso Ya no son ni siquiera tres... ¡nos queda uno solo!	<i>. Mabel Pisá Bó, Hugo De Juan Jordán y Fernando Gómez Ribelles.</i>	6,00 €

# 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](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.



## aDResearch ESIC

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.

Descarga el contenido  
[https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_adresearch.php](https://www.esic.edu/editorial/editorial_adresearch.php)

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 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.

Descarga el contenido  
[https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_revista\\_investigacion.php](https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_investigacion.php)



## ESIC Digital Economy & Innovation Journal, EDEIJ

Descarga el contenido  
[https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_revista\\_investigacion.php](https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_investigacion.php)

Is a refereed international publication on Digital Economy and Innovation edited by ESIC University. It aims to disseminate 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.