

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.



Relación entre inteligencia emocional y rendimiento académico en adolescentes dentro de un centro educativo de excelencia en Sao Paulo

María Vaquero Diego
P 9788418415364
D 9788418415388
312 pág. 90€/65€

Tesis doctoral producto de una investigación educativa original, realizada entre 2017-2020, sobre la posible vinculación entre Inteligencia Emocional y Rendimiento Académico dentro del contexto educativo brasileño, con el fin de aportar evidencias sobre la pertinencia de enfatizar en la educación emocional en las aulas.

"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).

Clústeres agroindustriales y pequeñas y medianas empresas: factores críticos, beneficios e impactos

Andrea Mara Pimenta Alonso
P 9788418944802
D 9788418944826
444 pág. 90€/65€

Organismos responsables del fomento al desarrollo rural sostenible y eficiente en el uso de los recursos naturales, tales como la FAO o Fontagro, además de iniciativas como ESHORIZONTE 2020 o 2030 e inclusive la política de aglomeración europea, ofrecen la organización en clústeres como la mejor alternativa para reforzar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas agroindustriales.

La universidad de la experiencia: Los mayores a través de sus expectativas culturales

Ramón Arilla Llorente
P 9788415986843
D 9788419480620
572 pág. 90€/65€

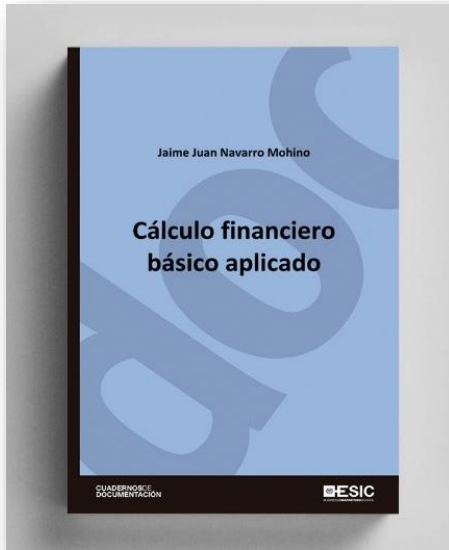
La universidad española tiene un papel fundamental que desarrollar, puesto que ofrece un marco ejemplar para la motivación e integración de las personas mayores. La sociedad de la información y el conocimiento actual no puede excluir a un colectivo tan importante tanto por su creciente magnitud como por sus potenciales posibilidades de desarrollo.

Otras Tesis doctorales

| ISBN Papel ISBN Digital | Título | Autor | Precio |
|----------------------------------|---|---|--------------|
| P9788418415357 D9788418415371 | Industrias extractivas y construcción de paz: el caso de las regiones productoras de hidrocarburos en Colombia | <i>Eduardo Ramos Suárez</i> | 90 € 65 € |
| P9788418415029 D9788418415050 | Museos españoles en facebook: análisis de su comunicación en el marco del museo social digital | <i>José Manuel Mas Iglesias</i> | 90 € 65 € |
| P9788417914516 D9788417914547 | La seguridad vial laboral | <i>Francisco Javier Llamazares Robles</i> | 90 € 65 € |
| P9788417914493 D9788417914561 | El diálogo interreligioso en la empresa | <i>Dionisio Blasco España</i> | 90 € 65 € |
| P9788417914479 D9788417914486 | El estudio de la ética en las novelas de Juan Gabriel Vásquez | <i>Rui Lui</i> | 90 € 65 € |
| 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 € 65 € |
| P9788417914301 D9788417914325 | Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa | <i>Carlos Victor Costa</i> | 90 € 65 € |
| 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 € 65 € |
| P9788417513719 D9788417513771 | Una revisión crítica sobre el enfoque de las escuelas de negocio españolas | <i>Francisco Javier Sastre Segovia</i> | 90 € 65 € |
| P9788417513511 D9788417513580 | Senior Tourism: Determinants, motivations and behaviour in a globalized and evolving market segment | <i>María Adela Balderas Cejudo</i> | 90 € 65 € |
| P9788417129705 D9788417513184 | Coaching en las organizaciones: una perspectiva desde la psicología social | <i>Sergio Cardona Herrero</i> | 90 € 65 € |
| 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 € 65 € |
| 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 € 65 € |
| P9788417129156 D9788417513153 | Análisis de la creación de valor Un enfoque de capacidades | <i>Silvia Martelo Landroquez</i> | 90 € 65 € |
| P9788417024420 | La comunicación política en la transición española: de la propaganda al marketing (1975-1982) | <i>Jorge Conde López</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

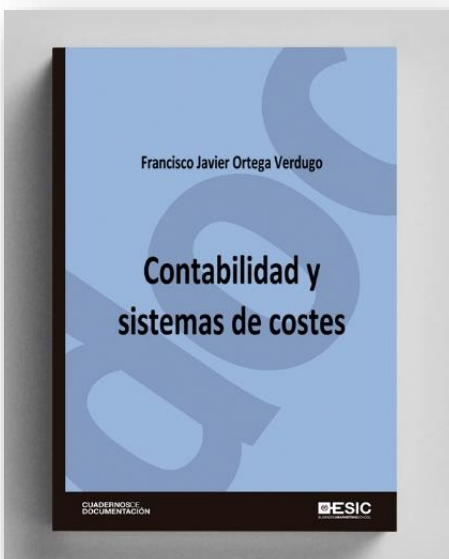
P 9788418415272 / 8€

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 | Ignacio Temiño Aguirre | 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.



Caso: Influir y liderar el equipo de Carlota

Isabel Villares Escalona y Antonio Salcedo Fernández

9788419480675

21 pág. 6€

Carlota Olsen poseía una dilatada experiencia profesional como consultora en el área de personas. Su trayectoria le había permitido asesorar a empresas de distintos sectores profesiones y en la mayoría de las áreas generalistas de RR. HH. Se sentía preparada para abordar su siguiente reto profesional. Siempre quiso ser directora de RR. HH., y para ello su siguiente objetivo era entrar a trabajar en una multinacional.

Caso: Raventós Codorníu

Francisco Javier Sastre Segovia

9788419480606

21 pág. 6€

Raventós Codorníu es una histórica compañía de cava española y que, además, encabeza un *holding* con numerosas marcas de vino y cava. Se trata, además, de la empresa bodeguera más antigua de España, fundada en 1551 por Jaume Codorníu. De carácter familiar, ha sido gestionada por distintas generaciones de la familia (18), con todo lo que supone en cuanto a tradición, conocimiento del sector y las particularidades propias de una empresa con tan larga tradición.

Caso Retail War: disrupción estratégica en modelos de negocio

José María Visconti Caparrós

9788419480613

25 pág. 6€

La mayor parte de las empresas coinciden en la definición de los objetivos: crecer un tanto por ciento de ventas, reducir un tanto por ciento el coste de adquisición de clientes, ganar por puntos de cuota de mercado... En el fondo todas quieren liderar el mercado en el que compiten. Pero cómo se consiguen esos objetivos marca la diferencia, qué estrategias implementar retrata a sus directivos.

Otros casos prácticos

| ISBN Digital | Título | Autor | Precio |
|---------------|---|--|--------|
| 9788419480590 | Caso Island Tours: diseñando el nuevo turismo | <i>Gerardo Mochales González</i> | 6 € |
| 9788419480569 | Case Correos: Forests and CSR line | <i>Paula Nieto Alemán, Carla Martínez Climent y Arturo Ortigosa Blanch</i> | 6 € |
| 9788419480026 | Case Idai Nature International: bio business expansion | <i>Fernando Castelló, Juan Puchalt, Juan Poveda y Fernando Marco</i> | 6 € |
| 9788419480002 | Case Idai Nature brand: the disruption of a leading global biotech | <i>Juan Poveda, Juan Puchalt, Fernando Marco y Fernando Castelló</i> | 6 € |
| 9788418944901 | Caso: El trabajo de construir una reputación y la rapidez para arruinarla, 21 Buttons | <i>Mabel Pisá Bó, José Monfort Hurtado y Cristina Santos Rojo</i> | 6 € |
| 9788418944673 | Case Life sweet life | <i>María Pilar Llopis, Vanessa Roger, María Arnal y Pilar Pérez</i> | 6 € |
| 9788419480019 | Case Idai Nature investment: alternative financing strategies in disruptive business models | <i>Fernando Marco Faderna, Juan Puchalt Sanchís, Fernando Castelló Sirvent y Juan Poveda Gil</i> | 6 € |
| 9788418944987 | Caso Idai Nature branding: la disrupción de una marca líder, global y biotecnológica | <i>Juan Poveda, Juan Puchalt, Fernando Marco y Fernando Castelló</i> | 6 € |
| 9788419480521 | Caso: Gestión del talento en el sector automoción | <i>Isabel Villares Escalona</i> | 6 € |
| 9788419480033 | Caso e-health : innovando en salud | <i>Alejandro de Pablo Cabrera</i> | 6 € |
| 9788419480149 | Caso i+Med: una cooperativa de científicos de ingeniería biomédica | <i>Oihana Valmaseda Andia y Javier Forcada Sainz</i> | 6 € |
| 9788418944949 | Caso Summer is coming, Peñíscola, comunica y vencerás | <i>Rosario Solá Climent, Vanessa Roger Monzó, Cristina Santos Rojo y Laura Hidalgo Jordán</i> | 6 € |
| 9788418944888 | Caso María Pombo: estrategia de posicionamiento de una <i>influencer</i> | <i>Laura Moreno Maynero, Cristina Santos Rojo y Rosario Solá Climent</i> | 6 € |
| 9788418944925 | Caso Wonderbag: la cocina a fuego lento | <i>Vanessa Roger Monzó, María Pilar Llopis Amorós y Carmen Torrecilla Moreno</i> | 6 € |
| 9788419480194 | Caso: Amazon me puede hacer rico | <i>José María Visconti Caparrós</i> | 6 € |
| 9788418944895 | Caso: ¿Dónde invierto mis ahorros? Mireia Badía | <i>Josefina Novejarque Civera y Mabel Pisá Bó</i> | 6 € |
| 9788418944963 | Caso Idai Nature Inversión: estrategias de financiación alternativa en modelos de negocio disruptivos | <i>Fernando Marco Faderna, Juan Puchalt Sanchís, Fernando Castelló Sirvent y Juan Poveda Gil</i> | 6 € |
| 9788419480163 | Caso: Desperdicio alimentario en el hogar | <i>Arancha Larrañaga Mugerza</i> | 6 € |

Otros casos prácticos

| ISBN Digital | Título | Autor | Precio |
|---------------|--|--|--------|
| 9788418944932 | Caso Facebook, más allá de una red social | <i>Jorge Cachinero, Fernando Gómez y José Monfort</i> | 6 € |
| 9788418944970 | Caso Idai Nature internacionalización: expansión de negocios Bio | <i>Fernando Castelló, Juan Puchalt, Juan Poveda y Fernando Marco</i> | 6 € |
| 9788418944918 | Caso Hipoo Loans, la <i>fintech</i> que quiere devorar el mercado hipotecario | <i>David Muñoz Tirado</i> | 6 € |
| 9788419480187 | Case A30 Quebec Autoroute (Montreal): developing sustainable infrastructure | <i>Gerardo Mochales González</i> | 6 € |
| 9788418944727 | Caso Correos: Línea Bosques y RSC | <i>Paula Nieto Alemán, Carla Martínez Climent y Arturo Ortigosa Blanch</i> | 6 € |
| 9788418944765 | Case Manbatt, new business model in photovoltaic energies Growth of the photovoltaic energy market and renewable energies | <i>Laura Moreno Maynero, Cristina Santos Rojo y Rosario Solá Climent</i> | 6 € |
| 9788419480057 | Case: Mi tío de América | <i>Juan Ramón Campos Blázquez y Francisco González López</i> | 6 € |
| 9788418944871 | Caso Correos Market: la conexión con el mundo rural | <i>José Carlos Ballester Miquel, Esther Pagán Castaño y Carlos Vivas Peris</i> | 6 € |
| 9788418944864 | Caso: Mi tío de América | <i>Juan Ramón Campos Blázquez y Francisco González López</i> | 6 € |
| 9788418944956 | Case Liceo Sorolla School: And the students... where are they? | <i>Josefina Novejarque Civera, Mabel Pisá Bó y Vanessa Roger Monzó</i> | 6 € |
| 9788418944697 | Caso Grupo Sarkis-Lagunketa | <i>Cristina López Caro, Miguel Ángel Peña Cerezo y Vicente Ruiz Herrán</i> | 6 € |
| 9788418944994 | Caso centros comerciales: una realidad con dos caras | <i>Ana María Gómez Olmedo</i> | 6 € |
| 9788418944635 | Case Second chances... Are they for everyone? | <i>Cristina Santos Rojo, Esther Pagán Castaño y Javier Pagán Castaño</i> | 6 € |
| 9788418944529 | Caso BioAlai: ¿construyendo alternativas en el consumo alimentario? | <i>Juan Carlos Pérez de Mendiguren Castresana</i> | 6 € |
| 9788418944642 | Case Mamma Mia!: Music, marketing and three women | <i>Arturo Gómez Quijano</i> | 6 € |
| 9788418944659 | Caso Implementación de un sistema de gestión empresarial (ERP) en una universidad peruana (fase de cierre) | <i>César Jhonnatan Paseli Horna Saldaña y Otto Regalado Pezúa</i> | 6 € |
| 9788418944512 | Caso: Liderando la estrategia digital desde las personas | <i>Guillermo Pérez Morales</i> | 6 € |
| 9788418944598 | Caso Gastheiz: ¿cerveza de patata u homenaje a la ciudad de Vitoria? | <i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando</i> | 6 € |

Otros casos prácticos

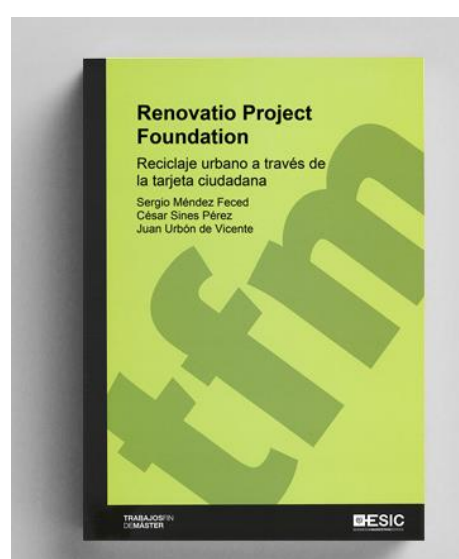
| ISBN Digital | Título | Autor | Precio |
|---------------|--|--|--------|
| 9788418944192 | Caso: Cocreación y el arte de crear percepción de calidad | <i>Ximena Muñoz Vivas</i> | 6 € |
| 9788418944185 | Caso: People Centricity... what's next? | <i>Ximena Muñoz Vivas</i> | 6 € |
| 9788418944154 | Caso 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 € |
| 9788418944307 | caso Cafés La Brasileña: nuevos tiempos, ¿nuevas soluciones? | <i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando</i> | 6 € |
| 9788418944314 | Caso Etikalia: Inmobiliaria Ética, ¿oxímoron o realidad? | <i>Asier Arcos Alonso, María García Álvarez y Oihana García Alonso</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 € |
| 9788418415876 | Caso Implementación de un sistema de gestión empresarial (ERP) en una universidad peruana (fase de ejecución) | <i>César Jhonnatan Paseli Horna Saldaña y Otto Regalado Pezúa</i> | 6 € |
| 9788418415852 | Caso Gamer Planet: transformación digital | <i>José María Visconti Caparrós</i> | 6 € |
| 9788418415456 | Caso Las segundas oportunidades... ¿son para todos? Marketing social aplicado a la inserción sociolaboral en Valencia | <i>Cristina Santos Rojo, Esther Pagán Castaño y Javier Pagán Castaño</i> | 6 € |
| 9788418415432 | Caso EQ Smart: Be electric my friend Diseño de la estrategia de posicionamiento | <i>María Arnal Pastor, María Guijarro García y María Pilar Llopis Amorós</i> | 6 € |
| 9788418415487 | Caso Ya no son ni siquiera tres... ¡nos queda uno solo! | <i>Fernando Gómez Ribelles, Hugo De Juan Jordán y Mabel Pisá Bó</i> | 6 € |
| 9788418415463 | Caso Correos Vida #ParaEsoEstamos | <i>Esther Pagán Castaño, María Guijarro García y Pilar Pérez Ruiz</i> | 6 € |
| 9788418415449 | Caso Life sweet life | <i>María Arnal Pastor, María Pilar Llopis Amorós, Pilar Pérez Ruiz y Vanessa Roger Monzó</i> | 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



TRABAJOS FIN DE GRADO/MASTER

| ISBN | Título | Autor | Precio |
|---------------|--|--|--------|
| 9788419480040 | Young Talent Innovation Telefónica Scholarship Measuring the Impact of Innovation on Corporations | <i>David Vicente Manzano y Pablo Reigosa Domínguez</i> | 6 € |
| 9788418415722 | Atlantis, changing history | <i>Aida Vert García</i> | 6 € |
| 9788418415715 | Valuation of grifols | Azeem Muhammad Chaudhary y Íñigo Llano Sánchez | 6 € |
| 9788418415630 | Posmodernidad: impacto y retos globales | <i>Juan Antonio Galera Martínez</i> | 6 € |
| 9788418415616 | Millennials y consumo sostenible | <i>Solveg Nikolaisen Izpura</i> | 6 € |
| 9788418415586 | Plan de comunicación propuesta para introducir branded content en Netflix | <i>Irene Palomino Talavera y María García Álvarez</i> | 6 € |
| 9788418415609 | Iniciativa emprendedora digital Seekme | <i>Jonathan Garmón García y Laura Arias Pérez</i> | 6 € |
| 9788418415579 | Plan de comunicación para Monster Energy España | <i>Alejandro Extremera Ponce y Marta Basterra Acha</i> | 6 € |
| 9788418415593 | Cloud computing y su implementación en las pymes hoteleras | <i>Beatriz del Valle Gil y Fernando Garabán Gil</i> | 6 € |
| 9788417914509 | Renovatio Project Foundation Reciclaje urbano a través de la tarjeta ciudadana | <i>César Sines Pérez y Juan Urbón de Vicente</i> | 6 € |
| | | | |

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://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm>

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.

Descarga el contenido
<https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch>

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.emeraldgroupublishing.com/journal/sjme>

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://revistasinvestigacion.esic.edu/edeij/index.php/edeij/index>

Es una publicación internacional arbitrada sobre Economía Digital e Innovación editada por la ESIC University. Su objetivo es difundir trabajos destacados de investigación aplicada de carácter experimental, epistemológico o descriptivo relacionados con la Economía Digital y la Innovación en diversas disciplinas. La revista incentiva los desarrollos teóricos y prácticos que estudian, revisan, repasan y mejoran la calidad de la toma de decisiones en los problemas económicos.

El objetivo primordial de la revista es atraer la investigación de vanguardia sobre la modelización económica, la analítica, la toma de decisiones y los enfoques informáticos para generar un nuevo cuerpo de conocimientos que ayude a los responsables de las políticas y de la toma de decisiones en el camino hacia una sociedad sostenible. Se invita a presentar modelos analíticos, estudios empíricos, estudios de vanguardia, estudios de casos...