

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.



"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.

La transformación digital en las instituciones de educación superior

Vicente Díaz García

P 9788411920070

D 9788411920087

170 pág. 90€/65€

Esta tesis doctoral se centra en la transformación digital (TD) de las instituciones de educación superior (IES), y analiza los factores que pueden facilitar este cambio. En la era de la Cuarta Revolución Industrial, la economía digital y las innovaciones tecnológicas están generando un entorno disruptivo que afecta a todas las áreas de la vida y las organizaciones.

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 € 65 €
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 € 60,16 €
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 € 60,16 €
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 € 60,17 €
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 € 60,16 €
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 € 60,16 €
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 € 60,16€
P9788417129156 D9788417513153	Análisis de la creación de valor Un enfoque de capacidades	<i>Silvia Martelo Landroquez</i>	90 € 60,16 €

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

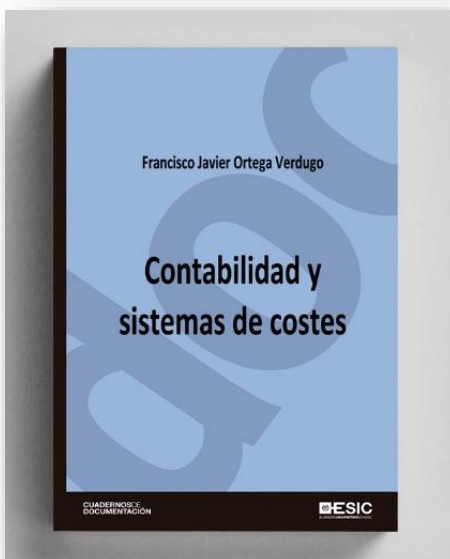
P 9788418415272 / 8€

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 € 6,87 €
P9788417129866 D9788417513375	Liderazgo transformacional Qué es y cómo medirlo	<i>Antonio Salcedo Fernández</i>	8,01 € 5,98 €
P9788417129842 D9788417513351	Starbucks	Ignacio Temiño Aguirre	10 € 5,99€
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 € 5,58 €
P9788416701155 D9788417024581	Visual Merchandising y Tecnología Seducir al shopper en el punto de venta	<i>Andrés Gusó Sierra</i>	8 € 5,58 €
P9788416701148 D9788417024574	Retail Marketing Estrategias de marketing para los minoristas	<i>Andrés Gusó Sierra</i>	8 € 5,58 €
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 Brooklyn Fitboxing. Golpes a un saco de boxeo al ritmo de la música.

Jorge Aguilar García
9788419480989

21 pág. 6€

Pese a su nombre de marca neoyorkina, Brooklyn Fitboxing abrió sus puertas en el madrileño barrio de Arganzuela en enero de 2014. Pero antes de llegar a ese momento clave del nacimiento de una nueva religión (así lo definen los fitboxers) hubo un camino lleno de sobresaltos.

Era el año 2004 cuando Pablo Nebreda (uno de los socios de la marca) funda una cadena de gimnasios femeninos llamada 30 minutos.

Caso GrupoV: de revista a revista. retos de la transformación digital en el sector editorial.

Alejandro López-Riobóo Moreno
9788419480996

24 pág. 6€

Martín estaba de pie en su despacho. Miraba por la ventana a una mole de camión que salía de la oficina de Correos, contigua a su edificio. Mientras el tráiler pasaba ya por delante de él, Martín, con las manos agarradas en la espalda, pensaba sobre el futuro de la empresa. Martín Gabilondo era el presidente de la editorial Grupo V (<http://www.grupov.es/>).

Caso HomePaq y CityPaq: la solución omnichannel para la paquetería de Correos

Aránzazu Gómez Gutiérrez
9788419480972

23 pág. 6€

Correos pertenece al Grupo SEPI, holding empresarial que abarca 15 empresas participadas de forma directa y mayoritaria por el Estado, con una plantilla superior a 78.000 personas. También es accionista de la Corporación RTVE, tiene una fundación pública tutelada y participaciones directas minoritarias en nueve empresas e indirectas en más de cien sociedades.

Otros casos prácticos

ISBN Digital	Título	Autor	Precio
9788419480941	Caso <i>Yet Technology</i> : transformación digital del punto de venta con el programa <i>Corner Retail</i> .	<i>José María Visconti Caparrós.</i>	6 €
9788419480958	Caso Estrategia de marketing para una estrella ascendente: ¿cómo gestionarías la marca de Carlos Alcaraz?.	<i>Carlos Victor Costa.</i>	6 €
9788419480927	Caso zapatillas Tigre: una historia de diversificación.	<i>José María Visconti Caparrós.</i>	6 €
9788419480903	Caso Volvo Cars: la notoriedad e imagen de marca para un consumidor diferente.	<i>Juan Carlos Muñoz García.</i>	6 €
9788419480934	Caso: El problema de la señora Encarna y su experiencia de cliente.	<i>Isabel Villares Escalona y Antonio Salcedo Fernández.</i>	6 €
9788419480910	Caso Soltec Power Holdings: gestión de riesgos en la salida a bolsa de una empresa en tiempos de covid-19.	<i>Carlos Victor Costa.</i>	6 €
9788419480774	Caso La proteína de insectos: ¿la nueva fuente de alimentación sostenible?.	<i>Gerardo Mochales González.</i>	6 €
9788419480866	Caso Oreó bío: lanzar o no lanzar.	<i>Arancha Larrañaga Mugerza.</i>	6 €
9788419480897	Case Technogym.	<i>Gerardo Mochales González.</i>	6 €
9788419480682	Caso Scalpers: la mejora continua de la cadena de suministro, factor básico de éxito.	<i>Antonio Luis Iglesias López.</i>	6 €
9788419480811	Caso Volvo Cars: la relevancia de la marca entre los consumidores.	<i>Juan Carlos Muñoz García.</i>	6 €
9788419480675	Caso: Influir y liderar el equipo de Carlota.	<i>Isabel Villares Escalona y Antonio Salcedo Fernández.</i>	6 €
9788419480606	Caso: Raventós Codornú.	<i>Francisco Javier Sastre Segovia.</i>	6 €
9788419480613	Caso Retail War: disrupción estratégica en modelos de negocio.	<i>José María Visconti Caparrós.</i>	6 €
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 €
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 Amorós, Vanessa Roger Monzó, María Arnal Pastor y Pilar Pérez Ruiz.</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 Gil, Juan Puchalt Sanchís, Fernando Marco Faderna y Fernando Castelló Sirvent .</i>	6 €
9788418944925	Caso Wonderbag: la cocina a fuego lento.	<i>Vanessa Roger Monzó, María Pilar Llopis Amorós y Carmen Torrecilla Moreno.</i>	6 €

Otros casos prácticos

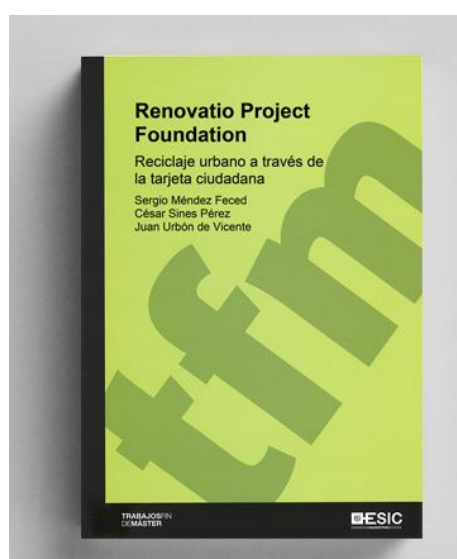
ISBN Digital	Título	Autor	Precio
9788418944888	Caso María Pombo: estrategia de posicionamiento de una <i>influencer</i> .	Laura Moreno Maynero, Cristina Santos Rojo y Rosario Solá Climent.	6 €
9788419480194	Caso: Amazon me puede hacer rico.	José María Visconti Caparrós.	6 €
9788418944895	Caso: ¿Dónde invierto mis ahorros? Mireia Badía.	Josefina Novejarque Civera y Mabel Pisá Bó.	6 €
9788418944963	Caso Idai Nature inversión: estrategias de financiación alternativa en modelos de negocio disruptivos.	Fernando Marco Faderna, Juan Puchalt Sanchís, Fernando Castelló Sirvent y Juan Poveda Gil.	6 €
9788419480163	Caso: Desperdicio alimentario en el hogar.	Arancha Larrañaga Mugerza.	6 €
9788418944932	Caso Facebook, más allá de una red social.	Jorge Cachinero Escudero, Fernando Gómez Ribelles y José Monfort Hurtado.	6 €
9788418944970	Caso Idai Nature internacionalización: expansión de negocios bio.	Fernando Castelló Sirvent, Juan Puchalt Sanchís, Juan Poveda Gil y Fernando Marco Faderna.	6 €
9788419480057	Case: Mi tío de América.	Juan Ramón Campos Blázquez y Francisco González López.	6 €
9788418944871	Caso Correos Market: la conexión con el mundo rural.	José Carlos Ballester Miquel, Esther Pagán Castaño y Carlos Vivas Peris.	6 €
9788418944956	Case Liceo Sorolla School: And the students... where are they?.	Josefina Novejarque Civera, Mabel Pisá Bó y Vanessa Roger Monzó.	6 €
9788418415821	Caso Clever Solar Devices: el dilema de financiación de las <i>startups</i>	Luis Marijuán de Santiago	6 €
9788418415876	Caso Implementación de un sistema de gestión empresarial (ERP) en una universidad peruana (fase de ejecución)	César Jhonnatan Paseli Horna Saldaña y Otto Regalado Pezúa	6 €
9788418415852	Caso Gamer Planet: transformación digital	José María Visconti Caparrós	6 €
9788418415456	Caso Las segundas oportunidades... ¿son para todos? Marketing social aplicado a la inserción sociolaboral en Valencia	Cristina Santos Rojo, Esther Pagán Castaño y Javier Pagán Castaño	6 €
9788418415432	Caso EQ Smart: Be electric my friend Diseño de la estrategia de posicionamiento	María Arnal Pastor, María Guijarro García y María Pilar Llopis Amorós	6 €
9788418415487	Caso Ya no son ni siquiera tres... ¡nos queda uno solo!	Fernando Gómez Ribelles, Hugo De Juan Jordán y Mabel Pisá Bó	6 €
9788418415463	Caso Correos Vida #ParaEsoEstamos	Esther Pagán Castaño, María Guijarro García y Pilar Pérez Ruiz	6 €
9788418415449	Caso Life sweet life	María Arnal Pastor, María Pilar Llopis Amorós, Pilar Pérez Ruiz y Vanessa Roger Monzó	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 € 6,87 €
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	David Vicente Manzano y Pablo Reigosa Domínguez	6 €
9788418415722	Atlantis, changing history	Aida Vert García	6 €
9788418415715	Valuation of grifols	Azeem Muhammad Chaudhary y Íñigo Llano Sánchez	6 €
9788418415630	Posmodernidad: impacto y retos globales	Juan Antonio Galera Martínez	6 €
9788418415616	Millennials y consumo sostenible	Solveg Nikolaisen Izpura	6 €
9788418415586	Plan de comunicación propuesta para introducir branded content en Netflix	Irene Palomino Talavera y María García Álvarez	6 €
9788418415609	Iniciativa emprendedora digital Seekme	Jonathan Garmón García y Laura Arias Pérez	6 €
9788418415579	Plan de comunicación para Monster Energy España	Alejandro Extremera Ponce y Marta Basterra Acha	6 €
9788418415593	Cloud computing y su implementación en las pymes hoteleras	Beatriz del Valle Gil y Fernando Garabán Gil	6 €
9788417914509	Renovatio Project Foundation Reciclaje urbano a través de la tarjeta ciudadana	César Sines Pérez y Juan Urbón de Vicente	5,58 €

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.

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



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...