

# SELECCIÓN EDITORIAL PRIMAVERA 2024

LOS  
**LIBROS**  
SON LA MEJOR COMPAÑÍA



¡Suscríbete y ponte al día!

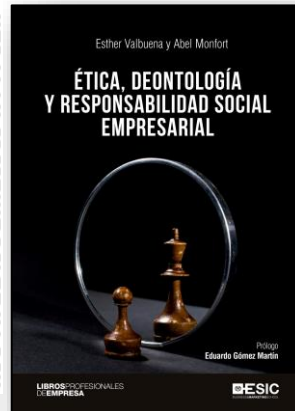


# MÁS VENDIDOS



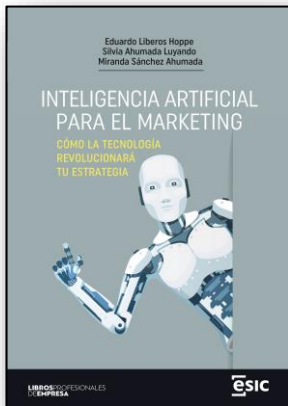
9788411920131 | 18€

**Reinventa tu liderazgo**  
12 claves para gestionar equipos  
*Adela Balderas Cejudo*  
Reinventa tu liderazgo es un viaje transformador que te guiará a través de 12 claves en las que se pone de manifiesto que la magia no está solo en la manera en la que hacemos las cosas, sino también en cómo hacemos sentirse a los demás. En cada capítulo te sumergirás en una dimensión diferente del liderazgo y del autoliderazgo: desde la empatía hasta la autenticidad pasando por la comunicación, la resiliencia y el poder de cuidar los detalles[...]



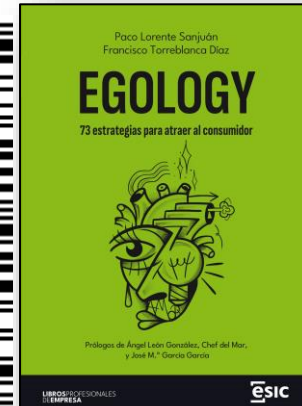
9788418415081 | 22€

**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.



9788411920148 | 29€

**Inteligencia artificial para el marketing**  
Cómo la tecnología revolucionará tu estrategia  
*Eduardo Liberós Hoppe, Silvia Ahumada Luyando y Miranda Sánchez Ahumada*  
El libro Inteligencia artificial para el marketing está dirigido a directivos de marketing, grandes corporaciones y gerentes de pymes y universitarios de los últimos años en las carreras de Administración y Dirección de Empresas, Marketing y Gestión Comercial.



9788411920339 | 28€

**EGOLOGY**  
73 estrategias para atraer al consumidor  
*Paco Lorente Sanjuán Y Francisco Torreblanca Díaz*  
Egology presenta en 73 estrategias una amplia visión para que las marcas entiendan los gustos, preferencias, hábitos, necesidades y deseos de los consumidores. En la actualidad, el principal reto de una marca debe ser conectar y ofrecer al consumidor una experiencia única y personalizada, haciéndolo protagonista de su estrategia.



9788417914356 | 22€

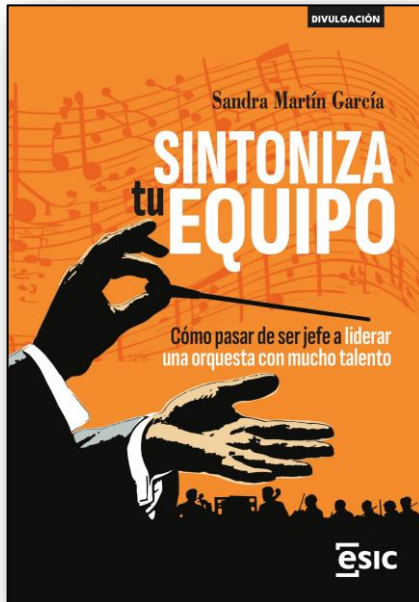
**Manual del redactor publicitario**  
offline-online  
¿Reglas, normas, técnicas? ¡Rómpelas!  
*Mariano Castellblanque y Victor Ronco*  
Este libro, examina a fondo la figura del redactor publicitario y en qué consiste su trabajo, a la vez que estudia y analiza los elementos clave que hay que utilizar para escribir anuncios y campañas off-on de verdadero éxito.  
Al mismo tiempo, es un libro muy útil para emprendedores que tienen que hacer «de todo» (crear-innovar-comunicar) y para todo aquel anunciante que quiera hilar muy fino y saber si va a vender más con las ideas y textos que su agencia de publicidad le propone.



9788411920063 | 18€

**Lecciones para los recursos humanos**  
Respuestas para la gestión de las personas y su talento  
*Gregorio Cristóbal Carle*  
La empresa actual está obligada a implementar e impulsar una política de gestión de personas concreta y prudentemente ajustada a la realidad del capital humano, dentro de un contexto en el que hay que poner el foco en las personas como valor intangible, necesario, especialmente relevante e insustituible para alcanzar una gestión eficiente, sostenible y racional.

## ÚLTIMAS NOVEDADES



### SINTONIZA tu EQUIPO

Cómo pasar de ser jefe a liderar una orquesta con mucho talento

*Sandra Martín García*

Sintoniza tu equipo es una lectura ágil, práctica y muy sonora que te permitirá desarrollar tus habilidades en la gestión de equipos, demostrando que sintonizar los equipos es posible con el liderazgo adecuado, el trabajo constante y el cariño a las personas.

Sandra Martín te guía en un fascinante viaje hacia el éxito en el liderazgo de equipos con la música como telón de fondo, desmitificando conceptos y ampliando perspectivas sobre la gestión de personas. Descubrirás la sorprendente conexión que existe entre la música y la empresa, donde, al igual que ocurre en una orquesta, cada miembro aporta su talento y habilidades para lograr sintonizar una melodía consistente.

Déjate llevar por el ritmo, explora melodías, canciones y videoclips de bandas de renombre a través de los QR que aparecen por toda la lectura.



9788411920407

136 pág. 16€

### FILOSOFÍA LEAN

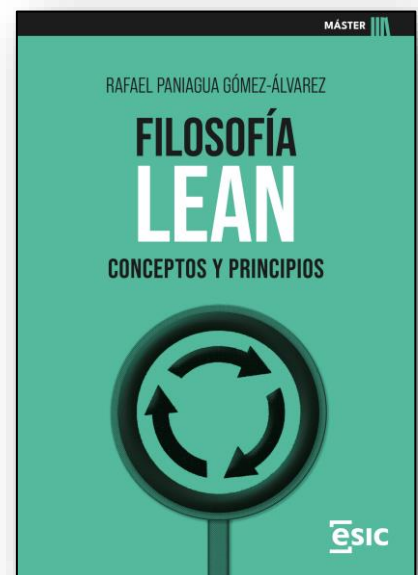
Conceptos y principios

*Rafael Paniagua Gómez-Álvarez*

Este libro es una introducción a la filosofía Lean, en la que el liderazgo y las personas serán una parte esencial, ya que se trabaja en equipos transversales y departamentales para poner en marcha las herramientas en las estrategias empresariales, la mejora continua y la resolución de problemas con la búsqueda de sus causas raíz.

Rafael Paniagua identifica cómo integrar la filosofía Lean con las operaciones en una empresa para estabilizar y mejorar el rendimiento operativo hacia una ejecución sostenible, orientada a la satisfacción del cliente y sin defectos, mediante un sistema de madurez robusto.

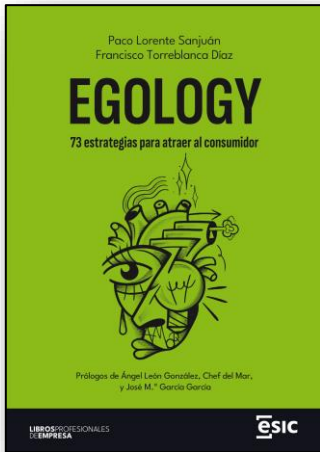
Esta obra ayuda a entender y aplicar la filosofía Lean con sus enormes beneficios en el desarrollo de las empresas, poniendo el foco en lo que el cliente espera de nosotros, la búsqueda de la mejora continua y el respeto al trabajador.



9788411920353

176 pág. 18€

# ÚLTIMAS NOVEDADES



## EGOLOGY

73 estrategias para atraer al consumidor

*Paco Lorente Sanjuán y Francisco Torreblanca Díaz*

Egology presenta en 73 estrategias una amplia visión para que las marcas entiendan los gustos, preferencias, hábitos, necesidades y deseos de los consumidores. En la actualidad, el principal reto de una marca debe ser conectar y ofrecer al consumidor una experiencia única y personalizada, haciéndolo protagonista de su estrategia.

Egology es el proceso que trasciende la relación entre marca y consumidor, donde se da protagonismo a la persona desde una conexión emocional.

A través de 73 conceptos estratégicos, muy relacionados con los estados conductuales del consumidor y apoyados en ejemplos reales de marcas relevantes, ilustran en cada capítulo cómo han logrado captar el interés y han alcanzado un posicionamiento privilegiado en el mercado.



9788411920339

360 pág. 28€

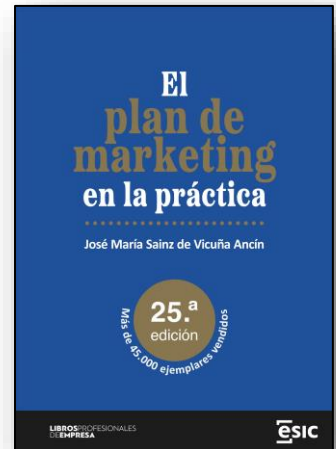
## El plan de marketing en la práctica

*José María Sainz de Vicuña Ancín*

Esta obra muestra a la dirección de cualquier empresa cómo elaborar un plan de marketing como instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz, conduciéndola, paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración del plan para sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado.

José María Sainz de Vicuña, en esta vigesimoquinta edición, enfoca las principales modificaciones introducidas en cuatro ejes: la sostenibilidad, la digitalización, la internacionalización y la adaptación a los cambios.

*El plan de marketing en la práctica* ya es de gran utilidad para más de 45.000 empresarios, directivos, profesores y estudiantes de marketing que tanto en España como en Latinoamérica lo han consultado en su formación y en su desempeño diario.



9788411920193

568 pág. 30€



## Reinventar tu liderazgo

12 claves para gestionar equipos

*Adela Balderas Cejudo*

Reinventar tu liderazgo es un viaje transformador que te guiará a través de 12 claves en las que se pone de manifiesto que la magia no está solo en la manera en la que hacemos las cosas, sino también en cómo hacemos sentirse a los demás. En cada capítulo te sumergirás en una dimensión diferente del liderazgo y del autoliderazgo: desde la empatía hasta la autenticidad pasando por la comunicación, la resiliencia y el poder de cuidar los detalles.

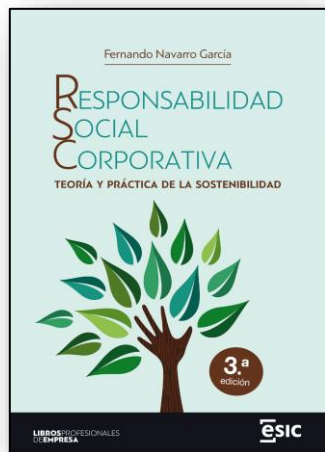
En este mundo de cambios vertiginosos en los que se entrelazan oportunidades inesperadas con la incertidumbre amenazante, el liderazgo exige un nuevo enfoque y requiere —quizás más que nunca— adaptación, visión y una clara voluntad de reinventarse.



9788411920131

224 pág. 18€

## ÚLTIMAS NOVEDADES



9788411920209  
470 pág. 36€

### Responsabilidad social corporativa

Teoría y práctica de la sostenibilidad

*Fernando Navarro García*

La RSC, la sostenibilidad o los criterios ASG (todos ellos están enfocados a factores ambientales, sociales y de buena gobernanza) ya no son una moda pasajera y, desde la implantación de la Agenda 2030, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la creciente regulación legal y convencional de informes no financieros (derechos humanos, medioambiente, transparencia y buen gobierno), la tendencia no ha hecho más que reforzar la idea de que la ética no solo es necesaria para las sociedades y rentable para las empresas, sino que, además, debe acreditarse para que las declaraciones no sean un mero *greenwashing* o pura cosmética. El auge del *compliance* o cumplimiento normativo y la existencia de numerosas certificaciones, auditorías y regulaciones en materia de sostenibilidad son la prueba de ello.

### El líder criético

Desarrolla tus habilidades para ser críticamente ético

*Francisco Javier Sastre Segovia*

Este libro trata del nuevo modelo de liderazgo necesario en la actualidad y para el futuro: el líder «criético». Agrupa las características de análisis crítico (para no dejarse manipular) y ética, tan necesaria y diferencial en estos momentos.

Se trata de un libro con una sólida base teórica y que, a la vez, es de fácil lectura, ya que pone muchos ejemplos reales y hace reflexionar al lector sobre los tres aspectos: liderazgo, pensamiento crítico y ética. Todo ello sustentado, además, en la dilatada experiencia profesional del autor en diversos sectores.

Además de estos elementos, se aborda el modelo de las organizaciones del futuro, para poder anticiparse y posicionarse del mejor modo.



9788411920216  
280 pág. 20€

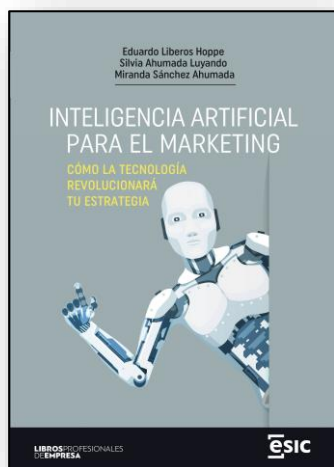
### Inteligencia artificial para el marketing

Cómo la tecnología revolucionará tu estrategia

*Eduardo Liberos Hoppe, Silvia Ahumada Luyando y Miranda Sánchez Ahumada*

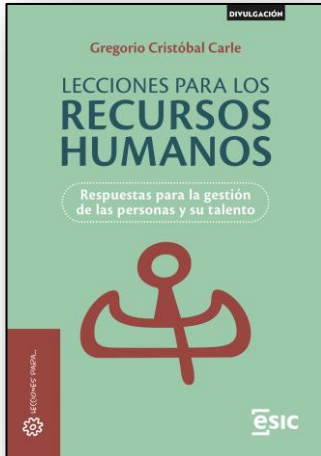
El libro *Inteligencia artificial para el marketing* está dirigido a directivos de marketing, grandes corporaciones y gerentes de pymes y universitarios de los últimos años en las carreras de Administración y Dirección de Empresas, Marketing y Gestión Comercial.

¿Cómo aplicar IA en marketing? El lector aprenderá cómo se crea una IA, qué técnicas podemos utilizar en marketing y las herramientas y plataformas que mejor funcionan en marketing. Los autores han trabajado con 476 plataformas de IA, y en el libro se explican los mejores usos para las disciplinas del marketing: segmentación, investigación de mercados, posicionamiento, marketing de producto, política de precios, distribución, marketing de guerrillas, marketing digital, comercio electrónico, entre otras.



9788411920148  
384 pág. 29€

# ÚLTIMAS NOVEDADES



9788411920063  
224 pág. 18€

## Lecciones para los recursos humanos

Respuestas para la gestión de las personas y su talento

**Gregorio Cristóbal Carle**

La empresa actual está obligada a implementar e impulsar una política de gestión de personas concreta y prudentemente ajustada a la realidad del capital humano, dentro de un contexto en el que hay que poner el foco en las personas como valor intangible, necesario, especialmente relevante e insustituible para alcanzar una gestión eficiente, sostenible y racional.

Así, en este libro encontrarás respuestas a situaciones que te ayudarán tanto a lograr la diferenciación, la captación y retención de talento como al desarrollo de una marca empleadora que, sin duda, terminará por reforzar la imagen corporativa de tu empresa.

Gregorio Cristóbal comparte en esta obra su experiencia en el ámbito de los recursos humanos como consultor y asesor en diferentes organizaciones y empresas del ámbito europeo y latinoamericano.

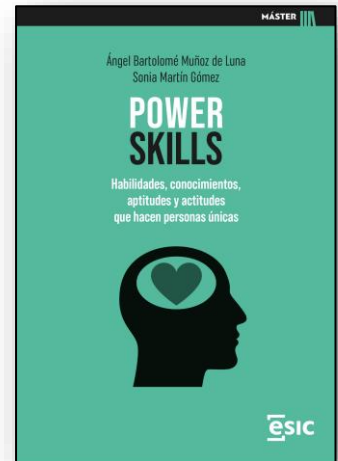
Habilidades, conocimientos, aptitudes y actitudes que hacen personas únicas

**Ángel Bartolomé Muñoz de Luna y Sonia Martín Gómez**

Nadie mejor que los expertos en recursos humanos para aterrizar por qué las competencias son importantes para la empleabilidad y para tu día a día. Unas competencias que más allá de ser *soft* por el poder de impacto y de transformación son *power skills*.

¿Cómo se gestiona esta evolución dentro de las empresas? ¿Cómo se identifican y evalúan las habilidades blandas en un candidato o un empleado? ¿Cuál es el papel de estas competencias en el rendimiento laboral y la cultura organizacional? ¿Cómo pueden los profesionales y empresas potenciar el desarrollo de estas habilidades para garantizar una fuerza laboral resiliente y adaptativa?

## Power skills



9788411920261  
120 pág. 15€

## El desarrollo web desde el entorno cliente

Una visión *full stack developer*

**Javier Gómez Delgado**

Uno de los perfiles digitales más demandados en el mundo de los negocios es el de desarrollador web, un profesional altamente valorado en las empresas.

*El desarrollo web desde el entorno cliente: una visión full stack developer* es una obra eminentemente práctica que ofrece a los lectores una exhaustiva guía paso a paso para adentrarse con éxito en este campo dinámico y atractivo.

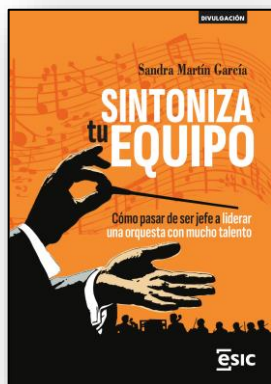
La estructura de la obra facilita la comprensión de conceptos complejos para los principiantes en el desarrollo web, y proporciona ejemplos de código bien estructurados. A lo largo de sus páginas, el lector podrá adentrarse en la programación en JavaScript, con la definición de variables, *arrays* y funciones.

Todos los conceptos del libro son ilustrados por código fuente totalmente funcional que ayudan al entendimiento de los algoritmos, lo que permite al lector reproducir todos los ejemplos y practicar con las actividades propuestas.



9788411920018  
344 pág. 29€

# NOVEDADES



9788411920407  
136 pág. 16€

## SINTONIZA tu EQUIPO

Cómo pasar de ser jefe a liderar una orquesta con mucho talento

*Sandra Martín García*

Sintoniza tu equipo es una lectura ágil, práctica y muy sonora que te permitirá desarrollar tus habilidades en la gestión de equipos, demostrando que sintonizar los equipos es posible con el liderazgo adecuado, el trabajo constante y el cariño a las personas.

La intención no es únicamente explicarte que los equipos suenan, sino enseñarte a interpretar una melodía y cambiar ser jefe por liderar una orquesta.



9788411920353  
176 pág. 18€

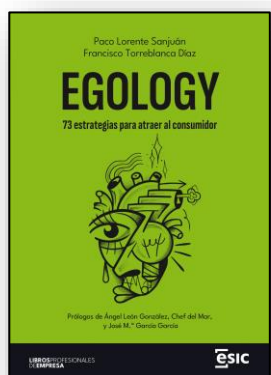
## FILOSOFÍA LEAN

Conceptos y principios

*Rafael Paniagua Gómez-Álvarez*

Este libro es una introducción a la filosofía Lean, en la que el liderazgo y las personas serán una parte esencial, ya que se trabaja en equipos transversales y departamentales para poner en marcha las herramientas en las estrategias empresariales, la mejora continua y la resolución de problemas con la búsqueda de sus causas raíz.

Rafael Paniagua identifica cómo integrar la filosofía Lean con las operaciones en una empresa para estabilizar y mejorar el rendimiento operativo hacia una ejecución sostenible, orientada[...]



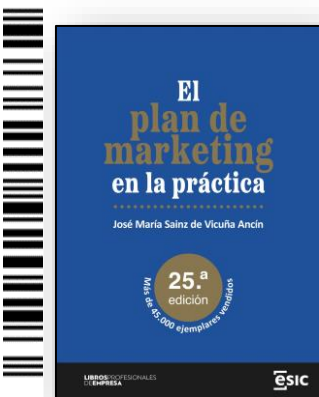
9788411920339  
360 pág. 28€

## EGOLOGY

73 estrategias para atraer al consumidor

*Paco Lorente Sanjuán Y Francisco Torreblanca Díaz*

Egology presenta en 73 estrategias una amplia visión para que las marcas entiendan los gustos, preferencias, hábitos, necesidades y deseos de los consumidores. En la actualidad, el principal reto de una marca debe ser conectar y ofrecer al consumidor una experiencia única y personalizada, haciéndolo protagonista de su estrategia.



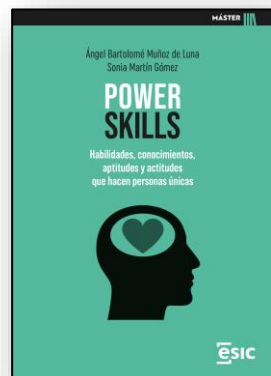
9788411920193  
568 pág. 30€

El plan de marketing en la práctica

*José María Sainz de Vicuña Ancín*

Esta obra muestra a la dirección de cualquier empresa cómo elaborar un plan de marketing como instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz, conduciéndola, paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración del plan para sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado.

José María Sainz de Vicuña, en esta vigesimoquinta edición, enfoca las principales modificaciones introducidas en cuatro ejes: la sostenibilidad, la digitalización, la internacionalización y la adaptación a los cambios.



9788411920018  
344 pág. 29€

## Power skills

Habilidades, conocimientos, aptitudes y actitudes que hacen personas únicas

*Ángel Bartolomé Muñoz de Luna y Sonia Martín Gómez*

Nadie mejor que los expertos en recursos humanos para aterrizar por qué las competencias son importantes para la empleabilidad y para tu día a día. Unas competencias que más allá de ser *soft* por el poder de impacto y de transformación son *power skills*.

¿Cómo se gestiona esta evolución dentro de las empresas? ¿Cómo se identifican y evalúan las habilidades blandas en un candidato o un empleado?



9788411920131  
224 pág. 18€

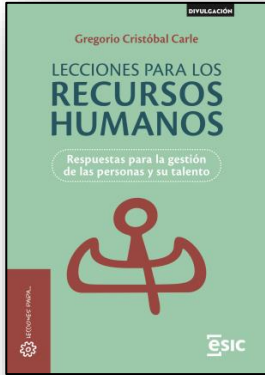
## Reinventar tu liderazgo

12 claves para gestionar equipos

*Adela Balderas Cejudo*

Reinventar tu liderazgo es un viaje transformador que te guiará a través de 12 claves en las que se pone de manifiesto que la magia no está solo en la manera en la que hacemos las cosas, sino también en cómo hacemos sentirse a los demás. En cada capítulo te sumergirás en una dimensión diferente del liderazgo y del autoliderazgo: desde la empatía hasta la autenticidad pasando por la comunicación, la resiliencia y el poder de cuidar los detalles.

## NOVEDADES



9788411920063  
224 pág. 18€

### Lecciones para los recursos humanos

Respuestas para la gestión de las personas y su talento  
*Gregorio Cristóbal Carle*

La empresa actual está obligada a implementar e impulsar una política de gestión de personas concreta y prudentemente ajustada a la realidad del capital humano, dentro de un contexto en el que hay que poner el foco en las personas como valor intangible, necesario, especialmente relevante e insustituible para alcanzar una gestión eficiente, sostenible y racional.



9788411920209  
470 pág. 36€

### Responsabilidad social corporativa

Teoría y práctica de la sostenibilidad  
*Fernando Navarro García*

La RSC, la sostenibilidad o los criterios ASG (todos ellos están enfocados a factores ambientales, sociales y de buena gobernanza) ya no son una moda pasajera y, desde la implantación de la Agenda 2030, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la creciente regulación legal y convencional de informes no financieros (derechos humanos, medioambiente, transparencia y buen gobierno), la tendencia no ha hecho más que reforzar la idea de que la ética no solo es necesaria para las sociedades[...]



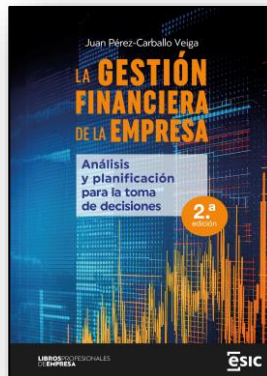
9788411920018  
344 pág. 29€

### El desarrollo web desde el entorno cliente

Una visión *Full Stack Developer*  
*Javier Gómez Delgado*

Uno de los perfiles digitales más demandados en el mundo de los negocios es el de desarrollador web, un profesional altamente valorado en las empresas.

*El desarrollo web desde el entorno cliente: una visión full stack developer* es una obra eminentemente práctica que ofrece a los lectores una exhaustiva guía paso a paso para adentrarse con éxito en este campo dinámico y atractivo.



9788411920001  
656 pág. 45€

### La gestión financiera de la empresa

Análisis y planificación para la toma de decisiones  
*Juan Pérez-Carballo Veiga*

En esta nueva edición, con un enfoque orientado al análisis de problemas y la toma de decisiones, Juan Pérez-Carballo recorre los cometidos clave de las finanzas para afrontar con seguridad las situaciones más frecuentes de su gestión estratégica y cotidiana. Se aplica una perspectiva amplia para comprender los aspectos generales más estratégicos y otra concreta para resolver lo operativo e inmediato.



9788419480736  
248 pág. 22€

### Mala conducta

El lado oscuro del usuario digital  
*Diana Gavilán, Gema Martínez Navarro y Susana Fernández-Lores* (coordinadoras)

Este libro analiza los hechos y las consecuencias de las malas prácticas y conductas que se derivan del uso y abuso de las nuevas tecnologías.

Trata con rigor las influencias que Internet y las redes sociales ejercen sobre los usuarios, tocando absolutamente todos los aspectos y desde todos los ángulos. Las relaciones sociales, el fenómeno de los *influencers* y de sus fans, las *fake news*, los haters y, por supuesto la obsesión de los jóvenes por la estética y la imagen personal.



9788419480859  
224 pág. 18€

### El triángulo del líder

Cómo potenciar tu pensamiento directivo  
*Luis Vázquez Suárez y Roberto Sánchez Gómez*

En este libro te mostramos cómo desarrollar el pensamiento directivo empleando 15 sencillas y potentes técnicas. Tanto para liderar como para liderarse es necesario disponer de buenas referencias. Si no lo sabes, no te lo planteas. Y, lo que es más importante, de pocas: nuestra memoria de trabajo no da para más, y es esta la memoria directiva, porque la clave y el margen de mejora siempre están no en lo que sabemos, sino en lo que tenemos presente.



## NOVEDADES



9788419480651  
340 pág. 30€

Las matrices son fáciles  
Aplicación del álgebra en la empresa  
*José Manuel Casteleiro Villalba, Ramón Arilla Llorente y Carlos Queypo de Llano de León*

Es un libro para toda persona que se interese por el aprendizaje del álgebra, que hace énfasis en lo imprescindible que es utilizar no solo la comprensión y el análisis, sino también la memoria deductiva. En los campos de la economía, el marketing y la empresa, el álgebra constituye una herramienta sumamente útil para ayudarnos a controlar los procesos de análisis de los mercados, en un mundo cada vez más interrelacionado y globalizado[...]



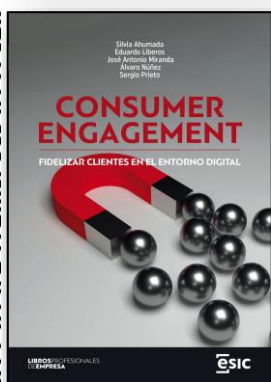
9788419480644  
96 pág. 15€

Las claves de la innovación en la educación superior  
Un modelo para la transformación docente

*Ramón Arilla Llorente, María de las Mercedes de Obeso Arias y José Manuel Mas Iglesias (coordinadores)*

*¿Qué fue el Imperialismo? ¿Qué consecuencias tuvo la Primera Guerra Mundial? ¿Por qué surge el nazismo?*

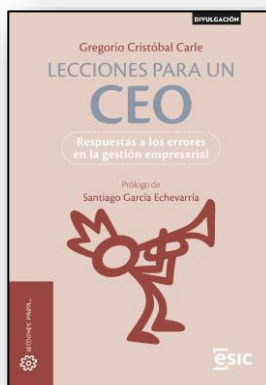
¿Es posible generar procesos de innovación en el seno de una institución centenaria como la Universidad? Esta es la pregunta de partida sobre la que trabajan los autores para dar respuesta al reto de cómo adaptar la educación superior a un contexto cambiante. La obra explora cómo mantener el compromiso formativo[...]



9788419480767  
478 pág. 32€

Consumer engagement  
Fidelizar clientes en el entorno digital  
*Silvia Ahumada Luyando, Eduardo Liberos Hoppe, José Antonio Miranda Villalón, Álvaro Núñez Quevedo y Sergio Prieto Valentín*

El *consumer engagement* es la disciplina del marketing que engloba todos aquellos procesos de retención, fidelización y relación con clientes y leads mediante la utilización de las nuevas tecnologías. Las técnicas de *consumer engagement* son las herramientas más poderosas de las que disponemos los directores de marketing para relacionar, fidelizar y retener de una forma clara, económica y directa como nunca antes se había realizado en marketing.

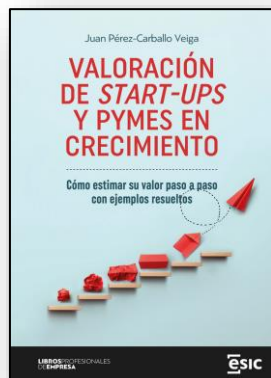


9788419480828  
232 pág. 18€

Lecciones para un CEO  
Respuestas a los errores en la gestión empresarial

*Gregorio Cristóbal Carle*

Este libro ofrece respuestas a las preguntas con las que se enfrenta un CEO o director general al desarrollar su actividad en un escenario cada vez más incierto, complejo, volátil y cambiante, asumiendo y haciendo frente a los nuevos retos y paradigmas que proponen tanto el creciente e imparable proceso de globalización —ahora en crisis— como la progresiva transformación de los nuevos requerimientos de una sociedad[...]

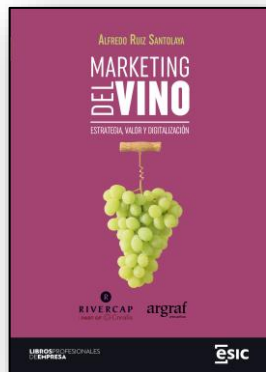


9788419480842  
200 pág. 22€

Valoración de start-ups y pymes en crecimiento  
Cómo estimar su valor paso a paso con ejemplos resueltos  
*Juan F. Pérez-Carballo Veiga*

El objetivo de este libro es ayudar al equipo emprendedor a valorar su idea, su proyecto o su empresa ya en marcha. También se dirige al inversor para ayudar a que ambas partes mejoren sus estimaciones en búsqueda de acotar la zona de posible acuerdo y facilitar la continuidad del emprendimiento.

Para responder a la pregunta *¿cuánto vale el proyecto o la empresa?*



9788419480729  
296 pág. 25€

Marketing del vino  
Estrategia, valor y digitalización  
*Alfredo Ruiz Santolaya*

Marketing del vino es un libro cuya esencia es la neurocomunicación, como si fuera el kilómetro cero del marketing, allí donde se crea el valor de todos esos maravillosos vinos que tenemos en la cabeza.

Además, hace un recorrido por más de 70 casos de bodegas, a través del corazón de grandes marcas y pequeñas propuestas diferenciales. Todo ello sumado a numerosas entrevistas y reflexiones de diversos profesionales del sector.

## NOVEDADES

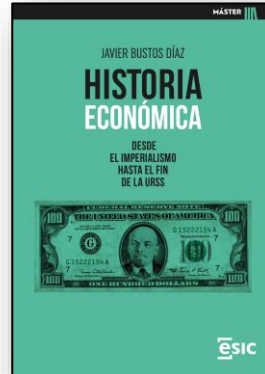


9788419480071  
264 pág. 18€

**Seo en la práctica**  
Ubica tu web en los primeros resultados de la serp  
*Jesús García García-Doncel*

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.

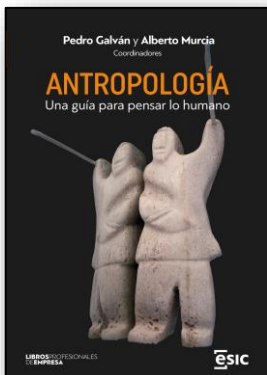


9788419480705  
168 pág. 16€

**Historia económica**  
Desde el Imperialismo hasta el fin de la URSS  
*Javier Bustos Díaz*

*¿Qué fue el Imperialismo? ¿Qué consecuencias tuvo la Primera Guerra Mundial? ¿Por qué surge el nazismo?*

Este libro analiza los sucesos históricos y económicos comprendidos desde finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX y sus efectos económico-sociales: el desarrollo de los países exportadores de productos primarios, el periodo de entreguerras, la Gran Depresión, el desarrollo desde 1945, la quiebra del capitalismo y el comunismo, los países en desarrollo y los nuevos países industriales o la industrialización en los países atrasados de Europa.



9788419480668  
140 pág. 19€

**Antropología**  
Una guía para pensar lo humano  
*Pedro Galván Lamet y Alberto Murcia Carbonell*

*¿Qué nos hace humanos? ¿Podemos vivir sin cultura? ¿Somos libres ante ella? ¿Para qué nos sirven las creencias, o las relaciones de parentesco? ¿Cómo la tecnología transforma nuestras culturas?*

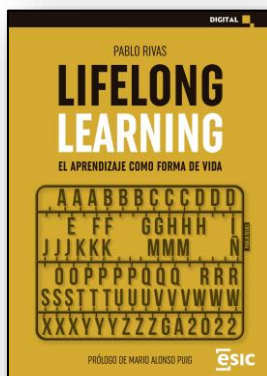
Este libro plantea estas cuestiones y algunas respuestas, pero, como dice Tim Ingold, una formación en antropología debe hacer más que proveer de un conocimiento sobre el mundo, los pueblos y las sociedades.



9788418944819  
120 pág. 16€

**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.



9788419480095  
184 pág. 16€

**Lifelong learning**  
El aprendizaje como forma de vida  
*Pablo Rivas*

Lifelong learning nos invita a reflexionar sobre nuestro propio proceso de reinversión 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.

Puesto que no deberían existir barreras que nos impidan crecer todos los días, no deberían existir fronteras para construir las soluciones de nuestro futuro inmediato.



9788419480088  
192 pág. 16€

**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.

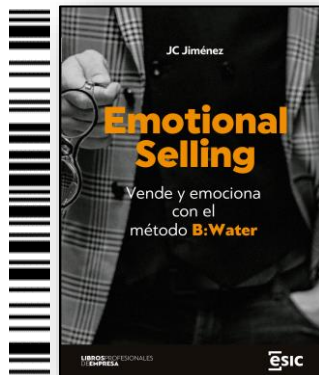
## SELECCIÓN EDITORIAL



9788418944574  
348 pág. 25€

Plan financiero para start-ups  
Proceso y métricas en la práctica

*Jon Hoyos Iruarizaga*  
¿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 [...]



9788418944789  
200 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.



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.



9788418944703  
240 pág. 16€

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

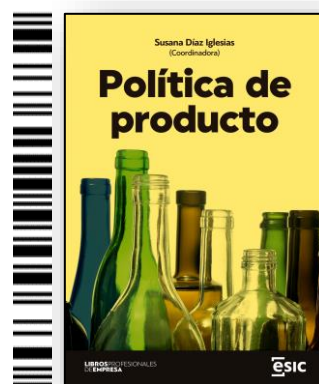
*Roberto Brognara*  
No es cierto que los algoritmos sean omnipotentes. Al menos en marketing, lo son menos de lo que podrían ser por desconocimiento, rigidez, miopía estratégica, presunción y otras razones que aquí se describen. El big data ha traído consigo numerosas e importantes innovaciones, pero también ha relanzado una especie de glorificación de los datos y los procedimientos automáticos (es decir, los algoritmos) que la cultura del marketing ya conocía y había superado.



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.

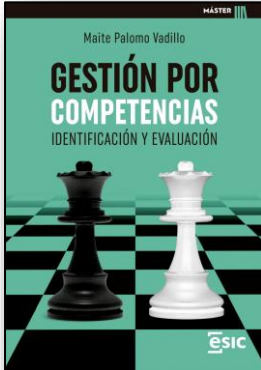


9788418944680  
232 pág. 22€

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.

## SELECCIÓN EDITORIAL



### 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.

9788418944390  
116 pág. 14€



### Finanzas para no financieros Estados e indicadores económicos-financieros

*Francisco López Sánchez*

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.

9788418944550  
140 pág. 14€



### 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 Museoa 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 [...]

9788418944536  
232 pág. 18€



### 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.

9788418944451  
148 pág. 15€



### 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 [...]

9788418944499  
224 pág. 16€



### ¿Cómo habla tu marca en podcast?

El audio en la estrategia de marketing digital de tu empresa

*Andoni Orrantía*

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.

9788418944444  
192 pág. 16€

## SELECCIÓN EDITORIAL



9788418944055  
256 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.

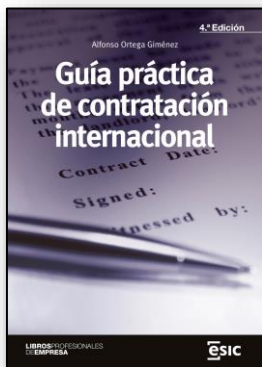


9788418415920  
248 pág. 22€

**De la emoción a la compra**  
Por qué y cómo compramos

*Estefanía Yagüez 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 [...]



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.



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.



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.



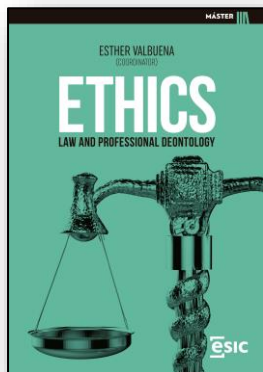
9788418944079  
216 pág. 18€

**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.

# SELECCIÓN EDITORIAL



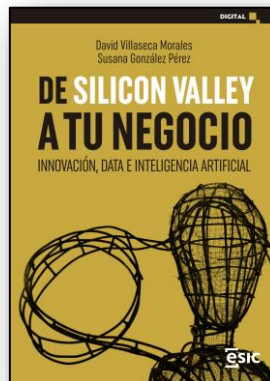
9788418944048  
162 pág. 14 €

## Ethics, Law and Professional Deontology

*Esther Valbuena García (Coordinator)*

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.



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 [...]



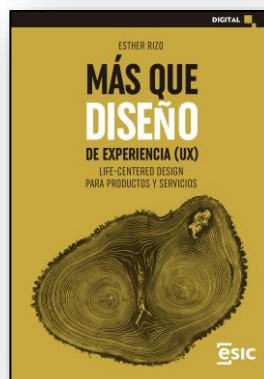
9788418415982  
215 pág. 22 €

## 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 [...]



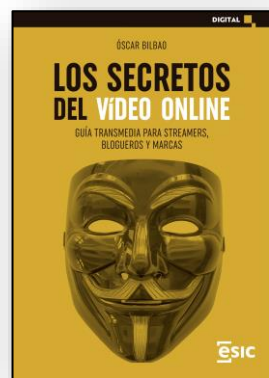
9788418415777  
248 pág. 16 €

## 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.

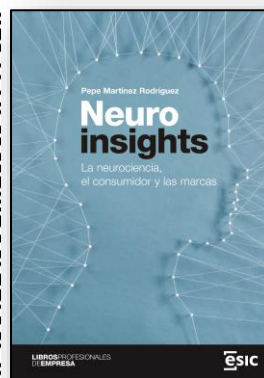


9788418415975  
236 pág. 16 €

## Los secretos del vídeo online. Guía transmedia para streamers, blogueros 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.



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.

## SELECCIÓN EDITORIAL



### 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».

9788418415654  
248 pág. 22€

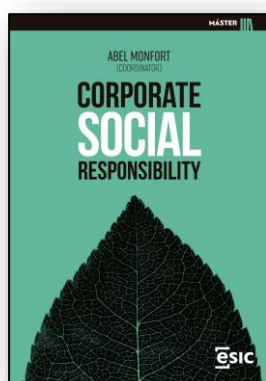


Las siete magníficas  
Siete habilidades profundas para potenciar tu vida, tu profesión y tu organización

*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 [...]

9788418415746  
210 pág. 16€



### Corporate Social Responsibility

*Abel Monfort (Coordinator)*

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.

9788418944031  
152 pág. 14€



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.

9788418415883  
104 pág. 12€



### 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.

9788418415784  
168 pág. 18€



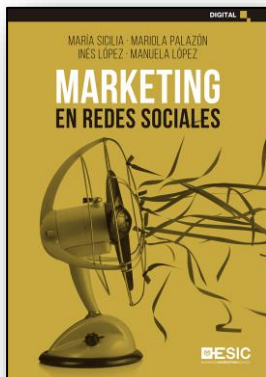
La era de la confianza  
Cómo convertirse en una empresa TrustMaker

*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.

9788418415791  
248 pág. 22€

## SELECCIÓN EDITORIAL



### 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  
264 pág. 22€



### 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.

9788418415623  
222 pág. 16€



### 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.

9788418415739  
310 pág. 24€

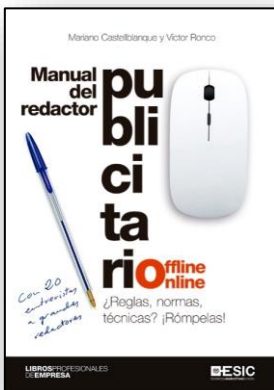


### Guía práctica para el diseño y medición de competencias profesionales

*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.

9788417513221  
140 pág. 16,49€



### Manual del redactor publicitario offline-online

¿Reglas, normas, técnicas?  
¡Rómpelas!

*Mariano Castellblanque y Victor 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.

9788417914356  
304 pág. 22€



### 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.

9788418415401  
416 pág. 26€



# SELECCIÓN EDITORIAL

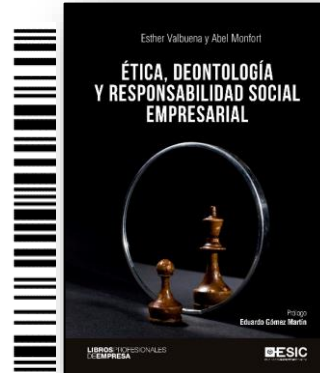


## Lecciones de economía

*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€

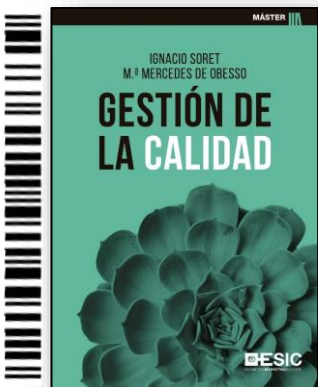


## Ética, deontología y responsabilidad social empresarial

*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€



## 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€



## 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.

9788418415395  
296 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€



## Negociación commercial

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.

9788417914943  
312 pág. 25€

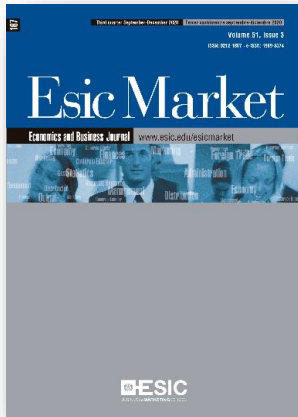
# MÉTODO DEL CASO

| ISBN          | Título  | Autor  | Precio |
|---------------|---|--|--------|
| 9788411920391 | MINICASO: Transforming the organization   | <i>Meritxell Serra Sanz</i>  | 6,00 € |
| 9788411920377 | MINICASO: Transformando la organización   | <i>Meritxell Serra Sanz</i>  | 6,00 € |
| 9788411920384 | Case Yet Technology: digital transformation of the point of sale with the Corner Retail programme                     | <i>José María Visconti Caparrós</i>  | 6,00 € |
| 9788411920308 | Irakaskuntza Kasua. Sarkis-Lagunketa Babes ofizialeko etxebizitzaren (BOE) sustapenaren finantzaketa                  | <i>Cristina López Caro, Miguel Ángel Peña Cerezo y Vicente Ruiz Herrán</i> | 6,00 € |
| 9788411920322 | Irakaskuntza Kasua. Sarkis-Lagunketa Babes ofizialeko etxebizitzaren sustapena, jarduera errentagarria?               | <i>Cristina López Caro, Miguel Ángel Peña Cerezo y Vicente Ruiz Herrán</i> | 6,00 € |
| 9788411920292 | Irakaskuntza kasua. Cafés La Brasileña Garai berriak, irtenbide berriak?  | <i>Amaia Lafuente Ruiz de Sabando y Cristina López Caro</i>                | 6,00 € |
| 9788411920100 | Caso MiVet: pionero en la innovación de la experiencia del cliente a través del CRM y la automatización de marketing. | <i>Marcos García Blanco</i>  | 6,00 € |
| 9788419480965 | Caso la guerra silenciosa. <i>Online, offline, D2C</i> y marcas de distribuidor.                                      | <i>José Luis Ferrero Navarro.</i>  | 6,00 € |
| 9788419480972 | Caso HomePaq y CityPaq: la solución <i>omnichannel</i> para la paquetería de Correos.                                 | <i>Aránzazu Gómez Gutiérrez.</i>   | 6,00 € |
| 9788419480989 | Caso Brooklyn Fitboxing. Golpes a un saco de boxeo al ritmo de la música.   | <i>Jorge Aguilar García.</i>   | 6,00 € |
| 9788419480996 | Caso GrupoV: de revista a revista. retos de la transformación digital en el sector editorial.                         | <i>Alejandro López-Riobóo Moreno.</i>                                      | 6,00 € |
| 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>                                       | 6,00 € |
| 9788419480958 | Caso Estrategia de marketing para una estrella ascendente: ¿cómo gestionarías la marca de Carlos Alcaraz?.            | <i>Carlos Victor Costa.</i>  | 6,00 € |
| 9788419480927 | Caso zapatillas Tigre: una historia de diversificación.   | <i>José María Visconti Caparrós.</i>                                       | 6,00 € |
| 9788419480903 | Caso Volvo Cars: la notoriedad e imagen de marca para un consumidor diferente.  | <i>Juan Carlos Muñoz García.</i>   | 6,00 € |
| 9788419480934 | Caso: El problema de la señora Encarna y su experiencia de cliente.   | <i>Isabel Villares Escalona y Antonio Salcedo Fernández.</i>               | 6,00 € |
| 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>  | 6,00 € |
| 9788419480774 | Caso La proteína de insectos: ¿la nueva fuente de alimentación sostenible?.   | <i>Gerardo Mochales González.</i>  | 6,00 € |

# MÉTODO DEL CASO

| ISBN          | Título  | Autor  | Precio |
|---------------|---|--|--------|
| 9788419480866 | Caso Oreobío: lanzar o no lanzar.   | <i>Arancha Larrañaga Muguerza.</i>   | 6,00 € |
| 9788419480897 | Case Technogym.   | <i>Gerardo Mochales González.</i>  | 6,00 € |
| 9788419480682 | Caso Scalpers: la mejora continua de la cadena de suministro, factor básico de éxito.                                     | <i>Antonio Luis Iglesias López.</i>  | 6,00 € |
| 9788419480811 | Caso Volvo Cars: la relevancia de la marca entre los consumidores.  | <i>Juan Carlos Muñoz García.</i>   | 6,00 € |
| 9788419480675 | Caso: Influir y liderar el equipo de Carlota.   | <i>Isabel Villares Escalona y Antonio Salcedo Fernández.</i>                                       | 6,00 € |
| 9788419480606 | Caso: Raventós Codorníu.  | <i>Francisco Javier Sastre Segovia.</i>  | 6,00 € |
| 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>                                 | 6,00 € |
| 9788418944673 | Case Life sweet life.   | <i>María Pilar Llopis Amorós, Vanessa Roger Monzó, María Arnal Pastor y Pilar Pérez Ruiz.</i>      | 6,00 € |
| 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>  | 6,00 € |
| 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> | 6,00 € |
| 9788418944925 | Caso Wonderbag: la cocina a fuego lento.  | <i>Vanessa Roger Monzó, María Pilar Llopis Amorós y Carmen Torrecilla Moreno.</i>                  | 6,00 € |
| 9788418944888 | Caso María Pombo: estrategia de posicionamiento de una <i>influencer</i> .  | <i>Laura Moreno Maynero, Cristina Santos Rojo y Rosario Solá Climent.</i>                          | 6,00 € |
| 9788419480194 | Caso: Amazon me puede hacer rico.   | <i>José María Visconti Caparrós.</i>   | 6,00 € |
| 9788418944895 | Caso: ¿Dónde invierto mis ahorros? Mireia Badía.  | <i>Josefina Novejarque Civera y Mabel Pisá Bó.</i>   | 6,00 € |
| 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>   | 6,00 € |
| 9788419480163 | Caso: Desperdicio alimentario en el hogar Tomando conciencia y diseñando estrategias de empuje (nudging) para minimizarlo | <i>Arancha Larrañaga Muguerza</i>  | 6,00 € |
| 9788418944932 | Caso Facebook, más allá de una red social   | <i>Jorge Cachinero Escudero, Fernando Gómez Ribelles y José Monfort Hurtado</i>                    | 6,00 € |
| 9788418944970 | Caso Idai Nature internacionalización: expansión de negocios Bio  | <i>Fernando Castelló Sirvent, Juan Puchalt Sanchís, Juan Poveda Gil y Fernando Marco Faderna</i>   | 6,00 € |
| 9788418944918 | Caso Hipoo Loans, la <i>fintech</i> que quiere devorar el mercado hipotecario   | <i>David Muñoz Tirado</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://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 especialistas de reconocido prestigio que garantiza un riguroso y objetivo proceso de evaluación de los trabajos presentados.

Descarga el contenido  
<https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/sjme>

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

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

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

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.