

SELECCIÓN EDITORIAL 2026

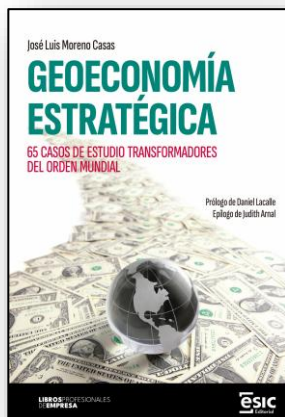
LOS
LIBROS
SON LA MEJOR COMPAÑÍA



¡Suscríbete y ponte al día!



MÁS VENDIDOS



9788411922326 | 24€

GEOECONOMÍA ESTRATÉGICA

65 casos de estudio transformadores del orden mundial

José Luis Moreno Casas

El economista José Luis Moreno Casas aborda la nueva realidad global con los hechos. La geoconomía estratégica explica cómo las naciones compiten, influyen y condicionan económicamente, y permite comprender lo que de verdad está en juego: el acceso a los recursos, la supremacía tecnológica, la seguridad energética y el dominio de las cadenas de suministro.



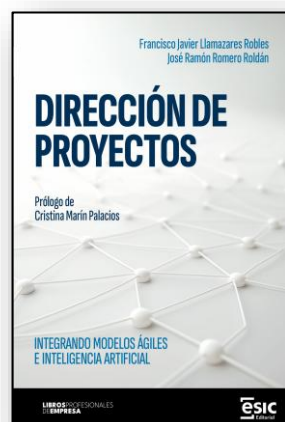
9788411922234 | 20€

CÓMO TRABAJAR CON PERSONAS DIFÍCILES Y TÓXICAS

La vía del diálogo y el apoyo antes que la sanción

Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena

Cómo trabajar con personas difíciles y tóxicas está dirigido a los mandos que lideran equipos de trabajo con el fin de hacerles ver lo que supone conducir y gestionar personas en los momentos actuales, pero, sobre todo, facilitarles una serie de orientaciones prácticas y de herramientas para la debida gestión de las personas difíciles y de las tóxicas de una manera adecuada y eficaz.



9788411922364 | 22€

DIRECCIÓN DE PROYECTOS

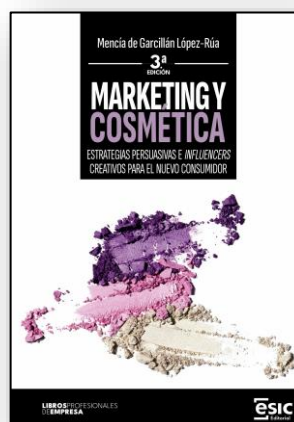
Integrando modelos ágiles e inteligencia artificial

Francisco Javier Llamazares Robles y José Ramón Romero Roldán

Se trata de una guía esencial para los profesionales que buscan optimizar la gestión de proyectos en un entorno dinámico y tecnológico. Es además una obra imprescindible para estudiantes y académicos que desean liderar proyectos con éxito en la era digital.

«Una referencia útil y actualizada para la gestión de proyectos desde una perspectiva moderna»

Prólogo de Cristina Marín Palacios



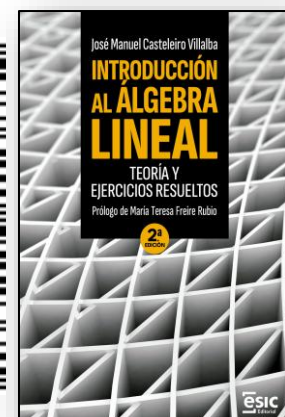
9788411921305 | 18€

MARKETING Y COSMÉTICA 3.ª ed.

Estrategias persuasivas e influencers creativos para el nuevo consumidor

Mencia de Garcillán López-Rúa

Con esta tercera edición de *Marketing y cosmética* aprenderás a posicionar tu marca, diseñar campañas innovadoras y crear experiencias de cliente memorables. Incluso, descubrirás cómo la inteligencia artificial puede transformar tu estrategia de marketing, desde la personalización masiva hasta el análisis predictivo de tendencias



9788411922371 | 39€

INTRODUCCIÓN AL ÁLGEBRA LINEAL – 2.ª ed.

Teoría y ejercicios resueltos

José Manuel Casteleiro Villalba

Los conceptos del álgebra como vectores, matrices, sistemas de ecuaciones y transformaciones lineales proporcionan las herramientas abstractas y, a la vez, increíblemente prácticas para modelar y resolver problemas del mundo real.

Esta obra busca desmitificar estos conceptos, proporcionando una base intuitiva y rigurosa, combinando el desarrollo teórico con ejemplos y ejercicios resueltos, que prepare al lector para aprobar [...]



9788418944550 | 16€

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.

ÚLTIMAS NOVEDADES



9788411922517
280 pág. 26€

QUE NADIE PIENSE POR TI

Pensamiento crítico para todos

Francisco Javier Sastre Segovia

Que nadie piense por ti es una invitación clara y necesaria a recuperar el control del propio juicio en un mundo saturado de ruido, manipulación y pensamiento automático, ya que vivimos rodeados de información, opiniones y emociones diseñadas para influir en lo que creemos, en cómo decidimos e, incluso, en cómo sentimos.

En esta obra se combina investigación académica, experiencia docente y análisis de la realidad contemporánea para explicar cómo pensamos, por qué a menudo dejamos de hacerlo bien y qué herramientas reales tenemos para mejorar nuestro criterio. A lo largo del libro se abordan cuestiones como los sesgos cognitivos, la influencia de las emociones, el poder del lenguaje, las redes sociales, la demagogia política, la toma de decisiones en la empresa, la educación y el impacto de la inteligencia artificial.

EMPRESAS MAGNÉTICAS

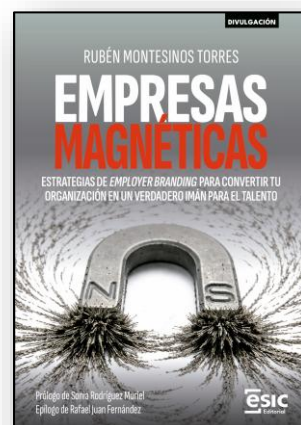
Estrategias de employer branding para convertir
tu organización en un verdadero imán para el talento

Rubén Montesinos Torres

Empresas magnéticas: Estrategias de employer branding para convertir tu organización en un verdadero imán para el talento ofrece una visión diferente del viaje que hace todo profesional a lo largo del ciclo de vida dentro de una organización, y comparte las claves para que puedas transformarlo en una experiencia magnética. Con aprendizajes, consejos, tips y ejemplos de la propia experiencia del autor en el mundo corporativo y la consultoría de empresa.

El reto más desafiante para una empresa es atraer y fidelizar el talento que necesitan para cumplir con sus planes de negocio. Así, Rubén Montesinos en esta obra ofrece una hoja de ruta, paso a paso, para convertir a cualquier organización en un verdadero imán para el talento.

Si quieres sobrevivir a esta batalla por el talento, tienes que ser una gran empresa para trabajar..., pero también parecerlo.



9788411922487
220 pág. 22€

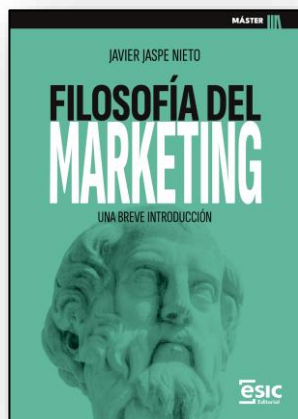
FILOSOFÍA DEL MARKETING

Una breve introducción

Javier Jaspe Nieto

Filosofía del marketing invita a pensar una disciplina habitualmente tratada desde la utilidad y la técnica, interrogando su significado como práctica social y fenómeno cultural. Ofrece una aproximación filosófica, histórica y antropológica al marketing con el objetivo de clarificar qué es y qué no es, cuáles son sus límites y de qué modo interviene en los procesos de persuasión, decisión y organización social. Su valor diferencial reside en desplazar el foco desde la eficacia inmediata hacia el análisis crítico del mercado y de las técnicas que lo sostienen.

En esta obra, Javier Jaspe Nieto examina el marketing como institución histórica, sometiéndolo a un análisis conceptual que dialoga con la tradición filosófica. El texto cuestiona la tendencia a identificar el marketing con cualquier forma de comunicación persuasiva y revisa algunos de los supuestos más extendidos en la literatura especializada.



9788411922463
118 pág. 15€

ÚLTIMAS NOVEDADES



9788411921077
272 pág. 22€

LECCIONES PARA LA COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA

Respuestas para mejorar la relación con tus stakeholders

Gregorio Cristóbal Carle

Gregorio Cristóbal ofrece en *Lecciones para comunicación de la empresa* respuestas a situaciones clave en las organizaciones, ya que aquellas que no comunican adecuadamente a sus *stakeholders* lo que hacen están afrontando constantemente un coste de oportunidad que terminará por afectar, negativa e irremisiblemente, a sus intereses comerciales y de rentabilidad.

Este libro es el tercer título de la serie “Lecciones para...”, contemplada dentro de la colección de divulgación de ESIC Editorial, y que da respuestas a las situaciones que afronta un directivo. Los otros dos títulos disponibles son *Lecciones para un CEO: Respuestas a los errores en la gestión empresarial* y *Lecciones para los recursos humanos: Respuestas para la gestión de las personas y su talento*.

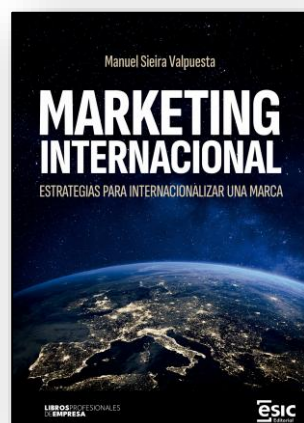
MARKETING INTERNACIONAL

Estrategias para internacionalizar una marca

Manuel Sieira Valpuesta

Marketing internacional: Estrategias para internacionalizar una marca ofrece una visión clara y práctica de los factores que condicionan el comercio global y de las estrategias necesarias para competir con éxito en entornos internacionales. En un mundo marcado por la globalización, los conflictos geopolíticos y las políticas proteccionistas, las empresas se enfrentan a un reto decisivo: comprender y adaptarse a mercados cada vez más complejos y cambiantes.

Este libro es una herramienta imprescindible para empresarios, directivos y profesionales del marketing que buscan expandir sus negocios más allá de las fronteras. Con ejemplos actuales y una metodología orientada a la práctica, *Marketing internacional* muestra cómo convertir la vocación exportadora en una estrategia sólida para crecer en un mercado mundial en constante evolución.



9788411922418
312 pág. 28€



9788411922401
192 pág. 22€

EL IMPACTO DE LA VENTAJA COMPETITIVA

Su efecto en la estrategia y en la inversión en crecimiento

Óscar F. Bustinza Sánchez

En *El impacto de la ventaja competitiva* vas a descubrir la característica que tienen en común las 7 Magníficas —Alphabet (Google), Amazon, Apple, Meta, Microsoft, Nvidia y Tesla—: la posesión de ventajas competitivas que les permite un rendimiento superior a la competencia.

Es un error habitual confundir una empresa que crece rápido con una buena inversión. El crecimiento sin ventaja competitiva —fosos de castillo inexpugnables en palabras de Warren Buffett— es una trampa. En esta obra, Óscar F. Bustinza desglosa los mecanismos que permiten a las empresas proteger sus beneficios frente a una competencia implacable.

Así, la estrategia principal de una empresa debe basarse y girar en torno a promover y gestionar ventajas competitivas estructurales, por lo que no busques solo el próximo gigante, busca los castillos que nadie puede asaltar.

ÚLTIMAS NOVEDADES

DIRECCIÓN DE PROYECTOS

Integrando modelos ágiles e inteligencia artificial

Francisco Javier Llamazares Robles y José Ramón Romero Roldán

Dirección de proyectos. Integrando modelos ágiles e inteligencia artificial ofrece un enfoque innovador que combina metodologías ágiles y herramientas de inteligencia artificial para mejorar la eficiencia y la adaptabilidad.

Sus autores, Francisco Javier Llamazares Robles y José Ramón Romero Roldán, aportan su vasta experiencia en la dirección de proyectos, destacando la integración de metodologías ágiles como Scrum, y el impacto de la inteligencia artificial en la gestión de proyectos y la toma de decisiones, que proporcionan herramientas prácticas para la planificación, ejecución y control de proyectos.

Se trata de una guía esencial para los profesionales que buscan optimizar la gestión de proyectos en un entorno dinámico y tecnológico. Es además una obra imprescindible para estudiantes y académicos que desean liderar proyectos con éxito en la era digital.



9788411922364

192 pág. 22€

GEOECONOMÍA ESTRATÉGICA

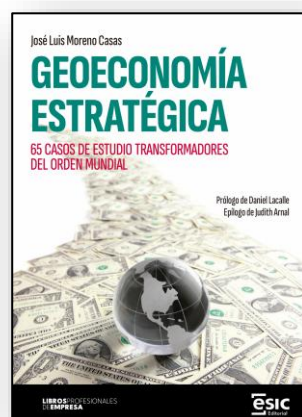
65 casos de estudio transformadores del orden mundial

José Luis Moreno Casas

Goeconomía estratégica revela cómo los factores económicos moldean las dinámicas del poder global y regional con un estilo entretenido y riguroso en el que se analizan 65 casos de estudio reales que están transformando el orden mundial.

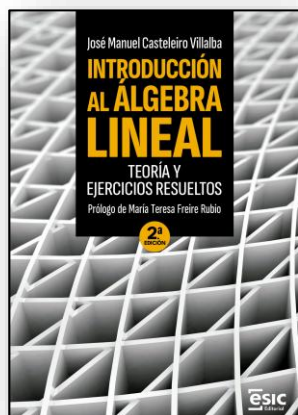
Analistas económicos, académicos, estudiantes y profesionales de relaciones internacionales, economía política internacional y estudios de seguridad, y todo aquel lector que desea entender la situación internacional actual encontrarán en esta obra una referencia imprescindible.

El economista José Luis Moreno Casas aborda la nueva realidad global con los hechos. La goeconomía estratégica explica cómo las naciones compiten, influyen y condicionan económicamente, y permite comprender lo que de verdad está en juego: el acceso a los recursos, la supremacía tecnológica, la seguridad energética y el dominio de las cadenas de suministro.



9788411922326

308 pág. 24 €



9788411922371

464 pág. 39€

INTRODUCCIÓN AL ÁLGEBRA LINEAL, 2ª Ed.

Teoría y ejercicios resueltos

José Manuel Casteleiro Villalba

Este es un libro guía con la teoría necesaria y sobre todo con una gran cantidad de problemas resueltos con todos sus pasos, de forma que le resulte fácil hallar las soluciones de los problemas propuestos. En él se ha realizado un esfuerzo considerable para explicar las cosas de una forma lo más clara posible.

ÚLTIMAS NOVEDADES



9788411922234
184 pág. 20€

CÓMO TRABAJAR CON PERSONAS DIFÍCILES Y TÓXICAS

La vía del diálogo y el apoyo antes que la sanción

Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena

Cómo trabajar con personas difíciles y tóxicas está dirigido a los mandos que lideran equipos de trabajo con el fin de hacerles ver lo que supone conducir y gestionar personas en los momentos actuales, pero, sobre todo, facilitarles una serie de orientaciones prácticas y de herramientas para la debida gestión de las personas difíciles y de las tóxicas de una manera adecuada y eficaz.

Dirigir personas nunca ha sido tarea fácil y hoy en día lo es todavía menos. La etapa poscovid ha dejado muchas sensibilidades a flor piel; ha transformado los valores, el concepto del trabajo, el del disfrute y el de los derechos sobre las responsabilidades.

FUNDAMENTOS EMPRESARIALES

Una visión interna desde la perspectiva del modelo de negocio

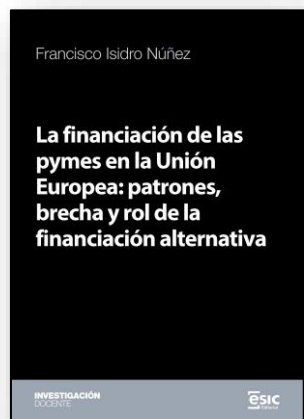
María de Guadalupe Rico García y
María Sacristán Navarro

Esta tercera edición de *Fundamentos empresariales* busca presentar los fundamentos de la empresa desde una perspectiva teórico-práctica. Las autoras, a partir de lo pequeño —una idea, un negocio—, analizan los fundamentos empresariales que permiten su desarrollo, sin perder de vista la contribución de cada función empresarial a la propuesta de creación de valor. En definitiva, el libro pretende relacionar los fundamentos empresariales asociados al concepto del modelo de negocio de Osterwalder y Pigneur.

Por ello, tras un capítulo introductorio que reflexiona sobre el concepto de empresa y su tipología, y otro que profundiza en el efecto del entorno en la empresa, el resto del libro relaciona el modelo de negocio con los fundamentos clásicos que componen las empresas (sus áreas funcionales —finanzas, marketing, producción—, la dirección de recursos humanos y las decisiones de organización). La integración de todos los contenidos formaría el cuerpo de un plan de negocio, con el que se cierra el texto.



9788411922128
256 pág. 24€



9788411922180
169 pág. 90€

LA FINANCIACIÓN DE LAS PYMES EN LA UNIÓN EUROPEA: PATRONES, BRECHA Y ROL DE LA FINANCIACIÓN ALTERNATIVA

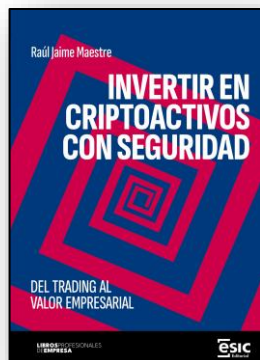
Francisco Isidro Núñez

Las pymes constituyen el núcleo del tejido empresarial de la Unión Europea (UE), representando la mayoría del empleo y del valor agregado y sin embargo, su acceso a la financiación sigue estando marcado por una elevada dependencia del crédito bancario a corto plazo y restringido en momentos de crisis, como se evidenció en 2008.

Esta vulnerabilidad motivó una intensa acción política de la Comisión Europea desde 2010, enfocada fundamentalmente en la Unión de los Mercados de Capitales, cuyos resultados han sido limitados, poco observables, sin lograr una diversificación efectiva de las fuentes de financiación de las pymes.

Esta investigación analiza la estructura financiera de las pymes en la UE, evaluando su dependencia bancaria y explorando la financiación alternativa como mecanismo para diversificar y complementar ésta, revisando la evolución de las políticas europeas entre 2010 y 2020 y desarrollando una taxonomía de las fuentes alternativas de financiación.

SELECCIÓN EDITORIAL



9788411922043
384 pág. 30€

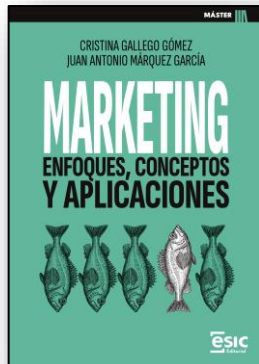
INVERTIR EN CRIPTOACTIVOS CON SEGURIDAD

Del trading al valor empresarial

Raúl Jaime Maestre

Invertir en criptoactivos con seguridad: Del trading al valor empresarial traduce la complejidad del universo cripto en estrategias prácticas y verificadas para unir la rentabilidad del trading con la adopción corporativa de blockchain y así multiplicar el valor de cualquier negocio. Además, te ayuda a anticiparte a la regulación MiCA y a aprovechar las 24 horas de oportunidades que ofrece un mercado global sin fronteras.

Encontrarás principios de inversión responsable, gestión de riesgos paso a paso, plantillas fiscales, casos de empresa y hojas de ruta.



9788411921978
224 pág. 20€

MARKETING

Enfoques, conceptos y aplicaciones

Cristina Gallego Gómez y Juan Antonio Márquez García

Marketing: Enfoques, conceptos y aplicaciones es una guía imprescindible para estudiantes y profesionales que desean comprender de forma integral los principios del marketing desde una perspectiva actual, clara y aplicada al mundo empresarial. Su valor diferencial radica en su estructura didáctica y su capacidad de mostrar el marketing desde sus bases analíticas hasta el marketing digital y responsable, lo que facilita el aprendizaje progresivo de la disciplina.



978841921886
256 pág. 20€

EL ARTE DE PENSAR

Desarrolla tu mente crítica

Beatriz Valderrama

El arte de pensar: Desarrolla tu mente crítica es una guía clara, profunda y accesible para aprender a pensar por uno mismo. Con un enfoque práctico y riguroso, la autora ofrece herramientas eficaces y ejercicios.

En un mundo saturado de información, opiniones polarizadas y noticias falsas, pensar bien se ha convertido en un arte esencial. Beatriz Valderrama, psicóloga experta en desarrollo personal y pensamiento crítico, nos invita en este libro a entrenar la mente para navegar con lucidez y autonomía en medio del ruido.



9788411921879
368 pág. 30€

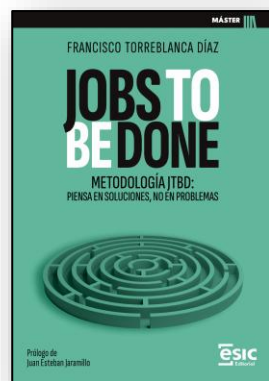
PROGRAMACIÓN EN PYTHON

Más allá del código

Javier Gómez Delgado y Jesús García García-Dancel

Con Programación en Python: Más allá del código no solo aprenderás a programar, sino que te convertirás en un desarrollador versátil, preparado para enfrentar los desafíos del mundo tecnológico actual y transformar ideas en soluciones innovadoras.

Desde la instalación del entorno y los editores de Python hasta el desarrollo de aplicaciones sofisticadas, este manual ofrece un camino claro y práctico para dominar Python, explorando la manipulación de variables, la creación de interfaces gráficas [...]



9788411921923
128 pág. 16€

JOBS TO BE DONE

Metodología JTBD: piensa en soluciones, no en problemas

Francisco Torreblanca Díaz

Jobs to Be Done (JTBD) es una metodología que invita a descubrir qué es lo que las personas realmente quieren lograr cuando eligen una marca, porque detrás de cada interacción entre una marca y un consumidor o usuario hay algo mucho más profundo que un simple producto o servicio: un propósito.

Este libro propone cómo crear soluciones que resuelvan de verdad los trabajos que los clientes necesitan completar en su día a día.



9788411921756
228 pág. 25€

EL CAMBIO PERMANENTE

Management efectivo para tiempos de incertidumbre

Gerardo Mariñas González

Ofrece un enfoque innovador y una metodología práctica para analizar el entorno, identificar los factores clave que impactan en nuestro negocio y desarrollar un modelo de gestión que impulse el crecimiento y el liderazgo en cualquier sector.

La realidad es clara: los paradigmas de gestión tradicionales han quedado obsoletos. La competencia evoluciona sin tregua, las expectativas de empleados y clientes no dejan de crecer y el cambio se ha convertido en la única constante.

SELECCIÓN EDITORIAL

SERIE SISTEMAS INFORMATIVOS

La adaptación de los conocimientos académicos avanza al acelerado ritmo de las demandas sociales, ya estructurales, ya coyunturales, en un mundo que evoluciona desenfundadamente, sin que se atisbe una meta predecible.

La sociedad actual exige de las universidades una constante novación en sus enfoques, metodologías, técnicas y herramientas, además de una adaptación continua al llamado factor humano; es decir, a sus profesionales y alumnado. La aparición vertiginosa de conceptos y necesidades, de ideas y valores hace imprescindible una actualización permanente de los saberes académicos, simbiotizados con las demandas sociales, para responder eficazmente a los desafíos del siglo XXI.

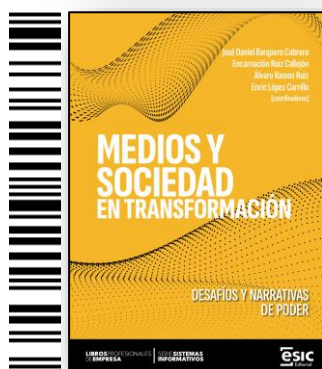
Dentro de esta dinámica se enmarca, precisamente esta serie Sistemas informativos, dentro de la colección Libros profesionales de empresa, en la que se hallan incluidos estos títulos. Esta serie apuesta decididamente por contribuir al diálogo entre Universidad y sociedad, reconociendo a la institución universitaria como eje vertebrador y generador de todo conocimiento aplicable a un hoy irrefrenable, pues son los científicos y docentes quienes, desde la Academia, aportan nuevas perspectivas para modelar y transformar positivamente la realidad.



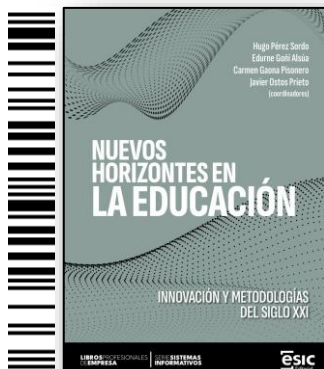
COMUNICACIÓN DIGITAL Y SOCIEDAD
Impactos, narrativas y transformaciones en la era conectada
VV. AA.
9788411921602
550 pág. 45€



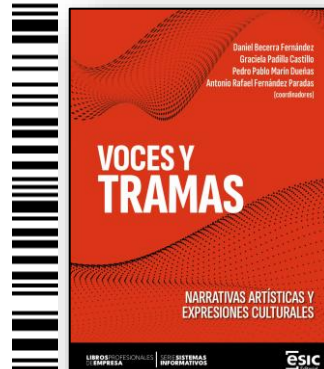
HORIZONTES GLOBALES
Innovaciones comunicativas y estrategias digitales para la transformación social
VV. AA.
9788411921619
552 pág. 45€



MEDIOS Y SOCIEDAD EN TRANSFORMACIÓN
desafíos y narrativas de poder
VV. AA.
9788411921626
548 pág. 45€

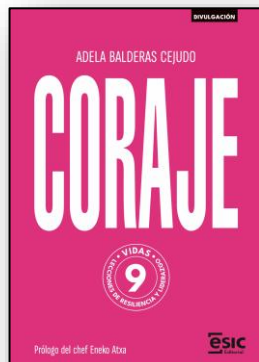


NUEVOS HORIZONTES EN LA EDUCACIÓN
Innovación y metodologías del siglo XXI
VV. AA.
9788411921633
518 pág. 45€



VOCES Y TRAMAS
Narrativas artísticas y expresiones culturales
VV. AA.
9788411921640
576 pág. 45€

SELECCIÓN EDITORIAL



9788411921749
136 pág. 16€

CORAJE

Nueve vidas, nueve lecciones de resiliencia y liderazgo

Adela Balderas Cejudo

Coraje es una llamada a la acción. Con su enfoque práctico y reflexivo, Adela Balderas ofrece un espacio para cuestionarse, aprender y actuar, alentando al lector a descubrir su propio camino de coraje. Léalo en el orden que deseen o en el orden que cada historia les sugiera.

Cada capítulo no solo cuenta detalles de la vida del personaje en cuestión, sino que invita a la introspección y el aprendizaje personal.

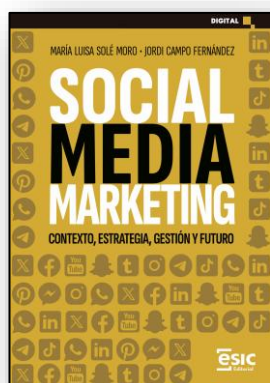


9788411921992
224 pág. 20€

MARKETING DIGITAL Y DIRECCIÓN DE ECOMMERCE – 2.ª ed.

Integración de las estrategias digitales
María Luisa Solé Moro y Jordi Campo Fernández

En esta segunda edición de *Marketing digital y dirección de ecommerce: Integración de las estrategias digitales*, se plantean y analizan todos los ámbitos del marketing digital, el *ecommerce*, el *social media* y el *big data*, ampliados con la incorporación práctica de la inteligencia artificial y actualizados según los procesos que desarrollan en la actualidad los profesionales del sector digital; todo ello, para poder llevar a cabo con éxito estrategias digitales alineadas con los objetivos y las necesidades de organizaciones y empresas.



9788411921794
208 pág. 20€

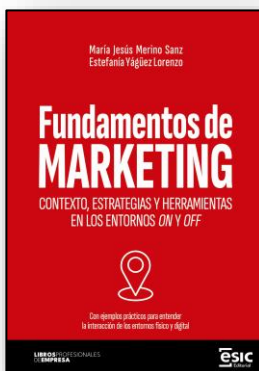
SOCIAL MEDIA MARKETING

Contexto, estrategia, gestión y futuro

María Luisa Solé Moro y Jordi Campo Fernández

Social media marketing: Contexto, estrategia, gestión y futuro analiza la radical transformación que ha supuesto el social media en la forma en que las marcas interactúan con sus audiencias y cómo han creado un espacio donde la comunicación es bidireccional, inmediata y dinámica.

En este entorno, el contenido en social media ha dejado de ser solo un complemento de la comunicación de marketing para convertirse en un pilar fundamental.



9788411921299
272 pág. 26€

FUNDAMENTOS DE MARKETING

Contexto, estrategias y herramientas en los entornos on y off

María Jesús Merino Sanz y Estefanía Yáñez Lorenzo

Una guía estratégica para líderes y profesionales que buscan dominar las fuerzas que están moldeando el panorama empresarial actual. Un mundo donde la tecnología redefine las reglas del juego y el marketing se ha convertido en un arte que combina datos, creatividad y conexión humana.

El social media está lleno de oportunidades para quienes estén dispuestos a innovar y adaptarse rápidamente.



9788411921664
168 pág. 18€

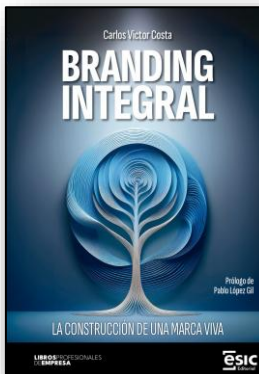
VENDER EN SERIE

El método PELMA (sin serlo) para crear tu modelo definitivo de argumentación de ventas

Miguel Iribertegui Iribuibel

Vender en serie presenta un método de argumentación y cierre de la venta que permite construir una relación duradera con el cliente. Es el método utilizado con éxito por su autor en los últimos años: el método PELMA (sin serlo).

Miguel Iribertegui describe a ritmo de sus series favoritas el método en profundidad, enriqueciendo con ejemplos visuales para que el lector no tenga ninguna duda a la hora de aplicarlo en las relaciones con sus clientes y no clientes.



9788411921596
296 pág. 24€

BRANDING INTEGRAL

La construcción de una marca viva

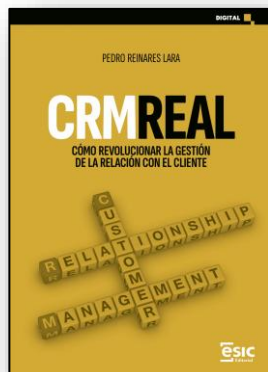
Carlos Víctor Costa

Branding integral ofrece una metodología que responde a los desafíos a los que se enfrenta la marca en su evolución constante.

En un mundo hipercompetitivo y en constante transformación, las marcas son activos estratégicos clave: generan diferenciación, confianza y valor a largo plazo; y crean barreras de entrada y potencian las ventas y la rentabilidad en el corto plazo.

El libro se ilustra con el estudio de seis casos de éxito en gestión de la marca de empresas españolas y entrevistas con expertos.

SELECCIÓN EDITORIAL



9788411921107
208 pág. 22€

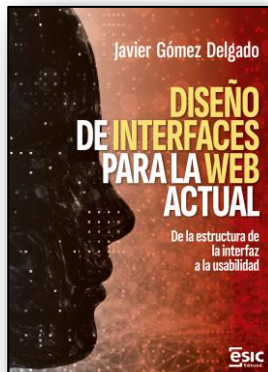
CRM REAL

Cómo revolucionar la gestión de la relación con el cliente

Pedro Reinares Lara

CRM real: Cómo revolucionar la gestión de la relación con el cliente proporciona a profesionales y estudiantes de marketing el conocimiento y la información necesarios para hacer frente a las complejidades tecnológicas de las herramientas de CRM e iniciar los procesos de gestión de relación con los clientes con éxito.

Pedro Reinares propone esta guía como herramienta fundamental, accesible, objetiva y, sobre todo, realista que permite explotar sus capacidades evitando los habituales inconvenientes.



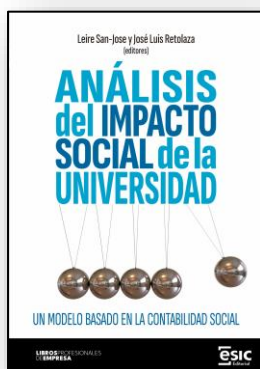
9788411920964
248 pág. 24€

DISEÑO DE INTERFACES PARA LA WEB ACTUAL

De la estructura de la interfaz a la usabilidad

Javier Gómez Delgado

Diseño de interfaces para la web actual aborda de manera exhaustiva desde los conceptos básicos de la jerarquía y el espaciado hasta el uso avanzado de herramientas como Figma para el prototipado, pasando por una profunda inmersión en CSS y la implementación de componentes multimedia y animación. Cada capítulo está diseñado para formar al lector en las habilidades necesarias para sobresalir en el competitivo campo del diseño web.



9788411921527
288 pág. 26€

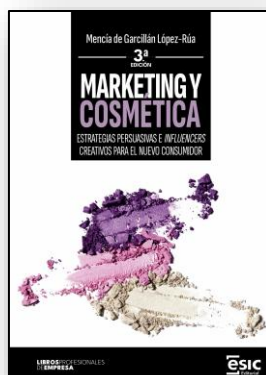
ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD

Un modelo basado en la contabilidad social

Leire San-Jose Ruiz de Aguirre y José Luis Retolaza

Este libro ofrece una perspectiva pionera y práctica sobre la generación de valor social en el ámbito universitario, destacando el papel de las universidades como agentes de transformación económica, social y cultural.

Dirigido a investigadores, gestores universitarios y líderes comprometidos con el impacto social, este libro es una guía imprescindible para alinear la educación superior con las necesidades reales de la sociedad.



9788411920841
232 pág. 24€

MARKETING Y COSMETICA- 3.ª ed.

Estrategias persuasivas e influencers creativos para el nuevo consumidor

Mencia de Garcillán López-Rúa

Con esta tercera edición de *Marketing y cosmética* aprenderás a posicionar tu marca, diseñar campañas innovadoras y crear experiencias de cliente memorables. Incluso, descubrirás cómo la inteligencia artificial puede transformar tu estrategia de marketing, desde la personalización masiva hasta el análisis predictivo de tendencias.

Te ofrece en esta obra tanto los conocimientos teóricos aplicados al marketing de la industria cosmética como las herramientas prácticas para aplicar en tu negocio, permitiendo [...]



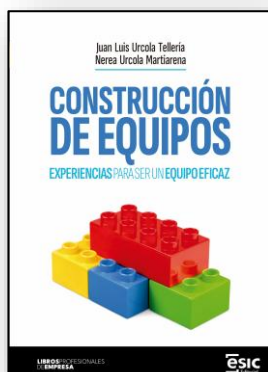
9788411921374
248 pág. 26€

DERECHOS HUMANOS EN LA EMPRESA SOSTENIBLE

Diligencia debida en sostenibilidad

Fernando Navarro García

Derechos humanos en la empresa sostenible enmarca teóricamente los derechos humanos y sistematiza las principales normativas e instrumentos indicadores de desempeño en los siguientes ámbitos: trabajo infantil, trabajo forzoso, discriminación, libertad de asociación, seguridad y salud en el trabajo, salario digno, tiempo de trabajo, igualdad de género, trabajadores migrantes y pueblos indígenas.



9788411920995
208 pág. 22€

CONSTRUCCIÓN DE EQUIPOS

Experiencias para ser un equipo eficaz

Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena

Construcción de equipos se dirige a aquellas personas que pretendan trabajar en equipo de una forma eficiente en un clima de cohesión y cooperación satisfactorio.

Juan Luis y Nerea Urcola han escrito esta obra pensando en ellas, tratando de que les llegue una serie de mensajes, de aspectos clave del trabajo en equipo sobre los que puedan reflexionar y actuar, con el objetivo de incorporarlos a su trabajo; de herramientas para equipos que estén ante situaciones de crisis, de egoísmos, de desunión o [...]

SELECCIÓN EDITORIAL



9788411920971
256 pág. 26€

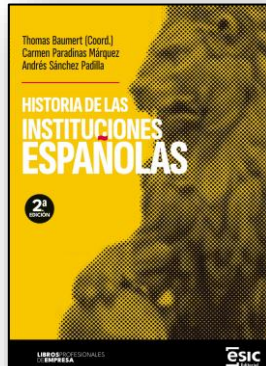
MARKETING Y COMUNICACIÓN DE MODA— 2.ª ed.

Un recorrido por la industria, las estrategias y las tendencias

Gema Martínez-Navarro

Esta segunda edición de *Marketing y comunicación de moda* es una guía para aquellos que sueñan en grande en este sector y quieren conocer las técnicas y herramientas que el marketing les ofrece hoy.

Con un estilo envolvente y sencillo, Gema Martínez, profesora universitaria y apasionada de la industria de la moda, va más allá del estudio de las estrategias de marketing, el marketing de influencia y las nuevas tendencias.



9788411920759
216 pág. 24€

HISTORIA DE LAS INSTITUCIONES ESPAÑOLAS— 2.ª ed.

Thomas Baumert, Carmen Paradinas Márquez y Andrés Sánchez Padilla

Historia de las instituciones españolas ofrece de forma sucinta y bien contextualizada la evolución de las instituciones españolas desde los primeros asentamientos humanos en la Península hasta la actualidad. Para ello, en cada capítulo se combina la exposición del contexto histórico de un periodo con la descripción de sus instituciones más características, complementándola con la explicación de los principales símbolos de España y su historia.



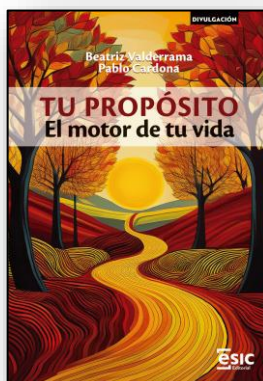
9788411920988
312 pág. 27€

REVOLUCIÓN RETAIL INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN EL COMERCIO MINORISTA

Manuel Sieira Valpuesta y José Manuel Ponzoa Casado

Revolución retail pretende acercarse a un sector abocado a una evolución, al acercamiento a una realidad marcada por nuevos parámetros de comportamiento, al uso masivo de los teléfonos inteligentes, o a nuevos estilos de vida que han supuesto auténticas revoluciones en los procesos comerciales.

El proceso de transformación digital está en marcha, pero quizás, no todos los comercios estén sabiendo adaptarse al cambio para aprovechar sus múltiples oportunidades.



9788411921060
234 pág. 20€

TU PROPÓSITO

El motor de tu vida

Beatriz Valderrama y Pablo Cardona

¡Desbloquea tu potencial para trabajar y vivir con propósito!

En *Tu propósito* te embarcarás en un viaje transformador que te guiará en las profundidades de tu ser, conduciéndote hacia una carrera profesional y una vida llenas de significado. Este libro sobre el propósito en el trabajo y en la vida te ofrece una guía práctica para encontrar tu verdadero designio y alcanzar una existencia más plena y satisfactoria.

¡No esperes más, y comienza a vivir una vida con propósito y éxito!



9788411920421
232 pág. 18€

EL CEO 3D

Lidera el cambio en tu organización

Luis Álvarez Satorre

Descubre en *El CEO 3D* una guía práctica de liderazgo basada en las experiencias vividas por su autor, un CEO «tridimensional».

En el libro encontrarás las pistas y sugerencias para enfrentarte a los retos y oportunidades de un entorno digital donde la visión, la empatía y la generación de resultados se combinan como receta para el éxito.

Luis Álvarez Satorre presenta cómo llevar tus capacidades personales y profesionales al límite y mejorar cada día.



9788411920841
232 pág. 24€

LA CAMPAÑA PERMANENTE

Los candidatos ganadores saben que la campaña electoral comienza el día después de las elecciones

Rafa Laza

La campaña permanente enseña a asesores y candidatos políticos a diseñar una estrategia desde el día después de la votación hasta la siguiente cita con las urnas.

¿Qué debo hacer en cada una de esas fases? ¿Qué debo tener en cuenta si estoy en el Gobierno? ¿Y si estoy en la oposición?

Para responder a estas preguntas, Rafa Laza recurre a numerosos casos de éxito [...]

SELECCIÓN EDITORIAL



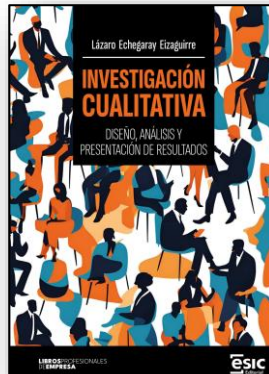
9788411920414
440 pág. 35€

COMUNICACIÓN GLOBAL

Desafíos, estrategias y perspectivas para un mundo conectado

Ángel Luis Cervera Fantoni y Ruth Fernández Hernández

En *Comunicación global: Desafíos, estrategias y perspectivas para un mundo conectado* participan 17 expertos coordinados por Ángel Luis Cervera y Ruth Fernández que proporcionan una perspectiva integrada y multidisciplinar del Marketing y la Comunicación. Ayuda a diseñar, gestionar y ejecutar planes de publicidad y comunicación, a perfeccionar estrategias de relaciones públicas, tomar decisiones en entornos digitales y mejorar habilidades directivas con un lenguaje claro y accesible.



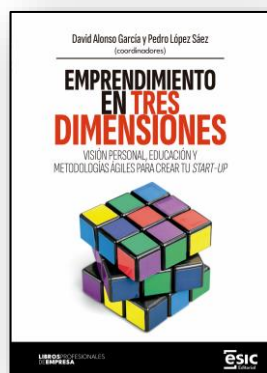
9788411920773
194 pág. 23€

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Diseño, análisis y presentación de resultados

Lázaro Echegaray Eizaguirre

Investigación cualitativa pretende ser tanto un manual y una guía de aplicación como un revulsivo para la reflexión de la investigación cualitativa. No solo para el alumnado de las facultades de Ciencias Sociales, sino para todos aquellos profesionales que se planteen desarrollar la investigación cualitativa en sus proyectos.



9788411920667
320 pág. 32€

EMPRENDIMIENTO EN TRES DIMENSIONES

Visión personal, educación y metodologías ágiles para crear tu start-up

David Alonso García y Pedro López Sáez

Emprendimiento en tres dimensiones no solo es un libro, sino una guía esencial que marcará la diferencia en tu viaje hacia el éxito emprendedor. Al relacionar la perspectiva personal, la dimensión socioeducativa y las metodologías ágiles, esta obra ofrece un enfoque integral para transformar tus ideas en una *start-up* o empresa exitosa.



9788411920520
296 pág. 34€

IMAGEN CORPORATIVA—3.ª ed.

Cómo influye en la gestión empresarial

Teresa Pintado Blanco y Joaquín Sánchez Herrera

Una de las cuestiones clave que hacen que este libro destaque es su enfoque fundamentalmente práctico. Cada capítulo incluye herramientas de gestión y planificación que ayudan a los lectores a aplicar los principios de la imagen corporativa en sus organizaciones. Además, el libro contiene multitud de casos prácticos de diversas industrias y categorías de producto.



9788411920445
144 pág. 16€

DISEÑO, TRANSFORMACIÓN Y CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES

Cómo definir y lograr los objetivos estratégicos

Luis Felipe Toro Dupouy

Diseño, transformación y cambio en las organizaciones analiza los pilares esenciales que permiten alcanzar el máximo rendimiento en el competitivo panorama empresarial actual: el diseño organizacional moderno, la gestión del cambio proactiva y la atención al bienestar.



9788411920643
208 pág. 18€

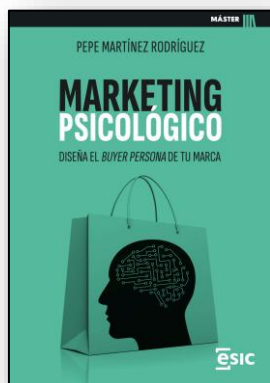
REINVENT YOUR LEADERSHIP—2.ª ed.

12 Keys to Team Management

Adela Balderas Cejudo

Reinvent Your Leadership is a transformative journey that will guide you through 12 key points that show that the magic is not only in the way we do things, but also in how we make others feel. In each chapter you will dive into a different dimension of leadership and self-leadership: from empathy to authenticity, communication, resilience, and the power of taking care of the details.

SELECCIÓN EDITORIAL



9788411920452
136 pág. 16€

MARKETING PSICOLÓGICO

Diseña el buyer persona de tu marca
Pepe Martínez Rodríguez

Marketing psicológico muestra los conocimientos necesarios para crear un *buyer persona* eficaz y ver cómo se han aplicado a casos reales.

Las marcas más exitosas y valiosas del mundo están completamente centradas en su *buyer persona* y organizan todas sus actividades de marketing, comunicación e innovación alrededor de este concepto.

Pepe Martínez te enseña cómo construir un *buyer persona* a partir del análisis de las motivaciones, las emociones, las actitudes y la personalidad del *target group* al que te diriges.



9788411920582
272 pág. 28€

CÓMO CREAR UN PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Una visión práctica para lograr una expansión de éxito

Alfonso Ortega, Ángela Castellanos, Enrique Ribera y Mariana Hack

A través del presente manual, los autores pretenden crear una herramienta práctica, útil y didáctica que sirva a todos aquellos profesionales de comercio exterior, estudiantes, profesores e interesados en general en este campo a confeccionar un completo plan de internacionalización empresarial.



9788411920599
96 pág. 15€

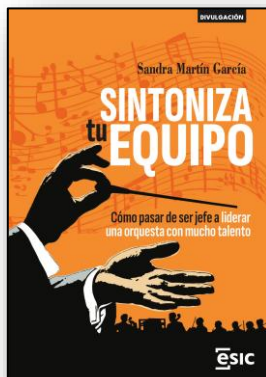
ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO-2.ª ed.

María Teresa Freire Rubio

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

Para ello M.ª Teresa empieza analizando la economía desde la visión más pequeña y pormenorizada, la microeconomía.

Una vez definidos los criterios de las decisiones económicas individuales, pasa a analizar cómo se miden las actividades económicas de un país y [...]



9788411920407
136 pág. 16€

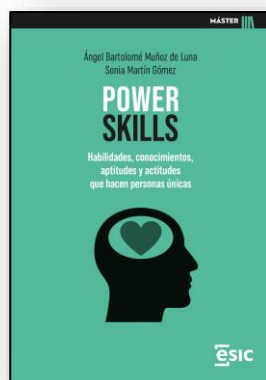
SINTONIZA tu EQUIPO

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.



9788411920261
128 pág. 15€

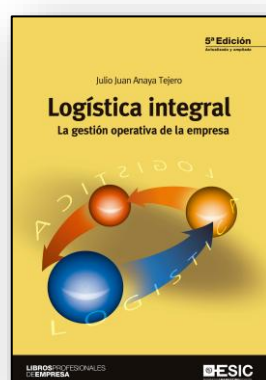
POWER SKILLS

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?



9788415986904
277 pág. 20€

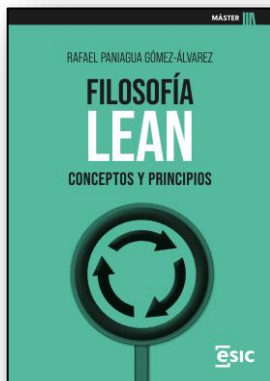
LOGÍSTICA INTEGRAL-5.ª ed.

La gestión operativa de la empresa

Julio Juan Anaya Tejero

El libro va especialmente dirigido al equipo directivo de la empresa, relacionado con las funciones de aprovisionamiento, fabricación, almacenaje y distribución física de productos y muy especialmente a los responsables de Logística en la misma, en donde encontrarán, sin duda alguna, la brújula necesaria para orientar sus decisiones tanto a nivel estratégico como táctico.

SELECCIÓN EDITORIAL



9788411920353
176 pág. 18€

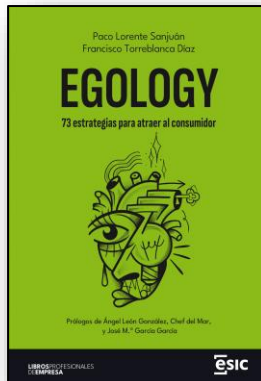
FILOSOFÍA LEAN

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 [...]



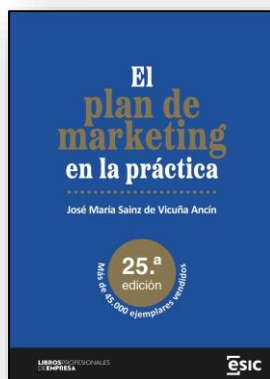
9788411920339
360 pág. 28€

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- 25.ª ed.

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.



9788411920216
280 pág. 20€

EL LÍDER CRIÉTICO

Desarrolla tus habilidades para ser críticamente ético

Francisco Javier Sastre Segovia

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.



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 [...]



9788411920148
384 pág. 32€

INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA EL MARKETING

Cómo la tecnología revolucionará tu estrategia

Eduardo Liberos Hoppe, Silvia Ahumada Luyando y Miranda Sánchez Ahumada

¿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 [...]

SELECCIÓN EDITORIAL



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.



9788411920001
656 pág. 45€

LA GESTIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA— 2.ª ed.

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.



9788411920209
470 pág. 36€

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA— 3.ª ed.

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[...]



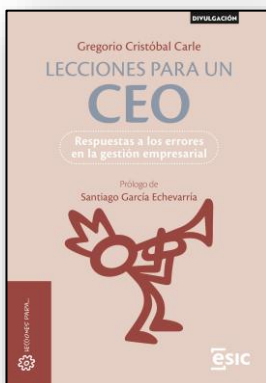
9788411920131
224 pág. 20€

REINVENTA TU LIDERAZGO— 2.ª ed.

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.



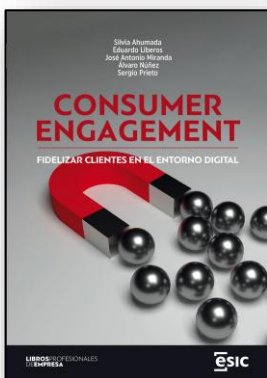
9788419480828
232 pág. 18€

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 [...]



9788419480767
478 pág. 32€

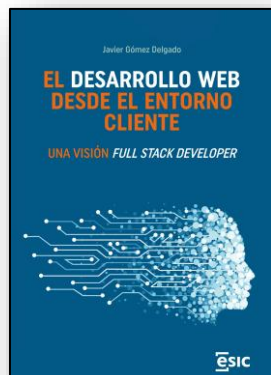
CONSUMER ENGAGEMENT

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 [...]

SELECCIÓN EDITORIAL



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.



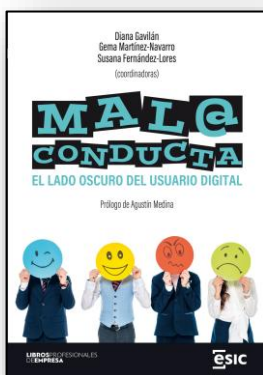
9788419480644
96 pág. 15€

LAS CLAVES DE LA INNOVACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Un modelo para la transformación docente

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

¿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 o la garantía docente sobre una base de alumnos con motivaciones y habilidades diferentes, con formas de estudio y aprendizaje que nada [...]



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.



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.



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.



9788419480859
224 pág. 18€

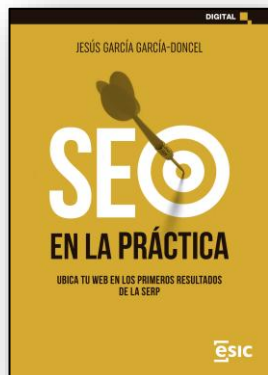
EL TRIÁNGULO DEL LÍDER

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.

SELECCIÓN EDITORIAL



9788419480071
264 pág. 22€

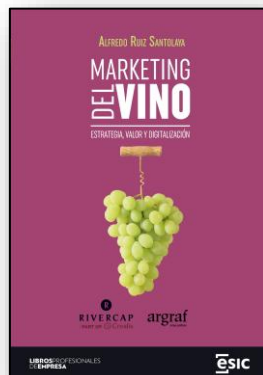
SEO EN LA PRÁCTICA

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.



9788419480729
296 pág. 25€

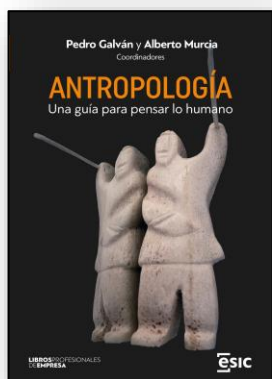
MARKETING DEL VINO

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.



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.



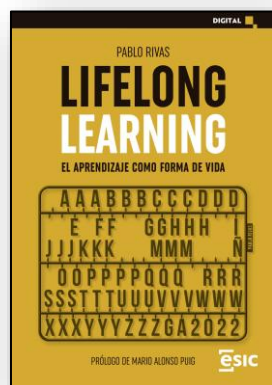
9788418944444
192 pág. 16€

¿CÓMO HABLA TU MARCA EN PODCAST?

El audio en la estrategia de marketing digital de tu empresa

Andoni Orrantia

Vivimos tiempos de cambio, y un momento de transformación como el actual requiere también en las organizaciones de nuevas formas de mirar a la audiencia, de generar valor y engagement. Si las marcas quieren seguir siendo relevantes, su futuro pasará por la innovación tecnológica y la emocional. Y con el podcast incorporado a la estrategia de marketing digital, encuentran su propia voz superando el formato anuncio mediante un contenido segmentado y relevante y teniendo claro el mercado al que se dirigen.



9788419480095
184 pág. 16€

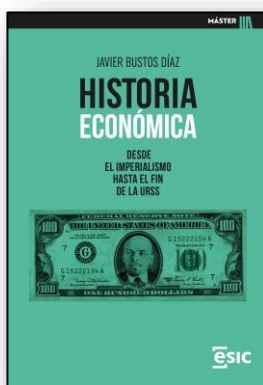
LIFELONG LEARNING

El aprendizaje como forma de vida

Pablo Rivas

Lifelong learning nos invita a reflexionar sobre nuestro propio proceso de reinención personal y profesional, a cuestionarnos el lugar que queremos ocupar y el papel que debemos dar al aprendizaje continuo durante el transcurso de nuestras vidas para no quedarnos fuera del nuevo paradigma económico.

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.



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 [...]

MÉTODO DEL CASO

ISBN	Título	Autor	Precio
9788411922029	Minicaso. El último rollo: innovar o desaparecer en 2075	<i>Gaspar González Jurado-Gutiérrez</i>	6,00 €
9788411922500	Minicaso. Desde Bora Bora al juzgado, por información viral	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921961	Caso de negociación comercial entre un fabricante de papel y un mayorista industrial	<i>Alejandro Benet</i>	6,00 €
9788411922357	Minicaso. El valor de la transparencia	<i>Francisco Torreblanca Díaz</i>	6,00 €
9788411922333	Minicaso. Caleidoscopio: cuando la opción se convierte en ilusión	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411922203	Minicaso. Blue Moon: negocios e inversiones	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411922050	Caso Danco	<i>Francisco Javier Ortega Verdugo</i>	6,00 €
9788411922319	Minicaso. REPSOL en México – Competir en un mercado que deja de ser monopolio	<i>Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela</i>	6,00 €
9788411922302	Minicaso. Motor Verde - Cómo posicionar un e-commerce verde en el mercado español	<i>Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela</i>	6,00 €
9788411922296	Minicaso. Moeve – El nacimiento de una «nueva empresa»	<i>Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela</i>	6,00 €
9788411922272	Minicaso. Facebook y Cambridge Analytics – Cuando la confianza se rompe	<i>Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela</i>	6,00 €
9788411922289	Minicaso. IKEA y la transformación de su estrategia de marketing y comunicación	<i>Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela</i>	6,00 €
9788411922173	Minicaso. Thinkfluencers ¿Dónde está el límite?	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411922258	Minicaso. Correos España. Redefiniendo una marca centenaria	<i>Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela</i>	6,00 €
9788411922159	Minicaso. FRATELLI CHENARO Supervisión de filiales internacionales	<i>Jesús Centenera Ulecía</i>	6,00 €
9788411922265	Minicaso. El reto del nuevo dircom en Grupo NOVA	<i>Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela</i>	6,00 €
9788411921220	Case XINEX CUBEX	<i>Beatriz Irún Molina, Fernando Castelló Sirvent y Juan Manuel García García</i>	6,00 €
9788411922111	Minicaso. Martínez y Gutiérrez (M&G): una empresa con propósito social	<i>Antonio Martín Herreros</i>	6,00 €
9788411922074	Minicase. Ousman Umar: I want to tell my story so that it never has to be told again	<i>Arturo Gómez Quijano</i>	6,00 €
9788411922067	Minicaso. Ousman Umar: quiero contar mi historia para que no se tenga que volver a contar	<i>Arturo Gómez Quijano</i>	6,00 €

MÉTODO DEL CASO

ISBN	Título	Autor	Precio
9788411921954	Minicaso. Dinámica intercultural en entornos empresariales	<i>Empar Yahui Liu Zhou</i>	6,00 €
9788411921947	Minicaso. Del motor a la mente: Cómo Vespa lideró el cambio	<i>Ariadna Antón López, Arianna Gnecco y Paula Andrea Nieto Alemán</i>	6,00 €
9788411921916	Minicaso. Blue Tower of London	<i>Beatriz Irún Molina</i>	6,00 €
9788411921800	Minicaso. Segmentación de clientes para mejorar la <i>customer experience</i>	<i>Luis Hidalgo Pérez</i>	6,00 €
9788411921718	Minicaso. Eurodefense y el problema de los generales bizantinos	<i>Javier Jaspe Nieto</i>	6,00 €
9788411921701	Minicaso. Kaer Singapore, ejemplo de sostenibilidad	<i>Meritxell Serra Sanz</i>	6,00 €
9788411921688	Minicaso. Sorprendiendo al contexto de mercado	<i>Francisco Torreblanca Díaz</i>	6,00 €
9788411921671	Caso La doble apuesta de Saab en la defensa global	<i>Javier Jaspe Nieto</i>	6,00 €
9788411921589	Caso Optimización de conversiones con IA	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921787	MiniCase. From Waste to Wealth: The Power of Circular Marketing	<i>Ana María Gómez Olmedo y Belén López Vázquez</i>	6,00 €
9788411921732	Minicaso. Diseño de la estrategia de distribución: SKIN BLUE	<i>Jordi Mundet Pons</i>	6,00 €
9788411921725	Minicaso. El análisis DAFO Internacional	<i>Jordi Mundet Pons</i>	6,00 €
9788411921503	Caso Hello tomorrow: race to the budget	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921190	Caso Mateo Ninini: internacionalización del arte contemporáneo español	<i>Beatriz Irún Molina, José Miguel Berné Martínez y María Seguí Lario</i>	6,00 €
9788411921497	Caso Management Transfer Pricing Solutions	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921503	Caso Hello tomorrow: race to the budget	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921473	Minicaso. ¿Es San Bartolomé un refugio fiscal?: planificación fiscal y asesoramiento jurídico tributario	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921442	Minicaso. Inditex: el reto de la continuidad	<i>Ramón Bonell Colmenero</i>	6,00 €
9788411921381	Minicaso. PepsiCo y Kendall Jenner	<i>Javier Pagán Castaño, Paula Andrea Nieto Alemán y Esther Pagán Castaño</i>	6,00 €

REVISTAS CIENTÍFICAS



Descarga el contenido

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

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.

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.



Descarga el contenido

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

aDResearchESIC

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

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

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



Descarga el contenido

<https://www.emeraldgroupublishing.com/journal/sjme>

Spanish Journal of Marketing – ESIC

Es una revista cuatrimestral de carácter específico que pretende ser marco de difusión y debate de las actuales líneas de investigación del área de marketing. Cuenta con un comité editorial formado por especialistas de reconocido prestigio que garantiza un riguroso y objetivo proceso de evaluación de los trabajos presentados.

Algunos de los temas que incluye la revista son; marketing de relaciones, estratégico, comportamiento del consumidor, estrategias de marca, marketing de servicios, decisiones sobre precios, producto, etc.

