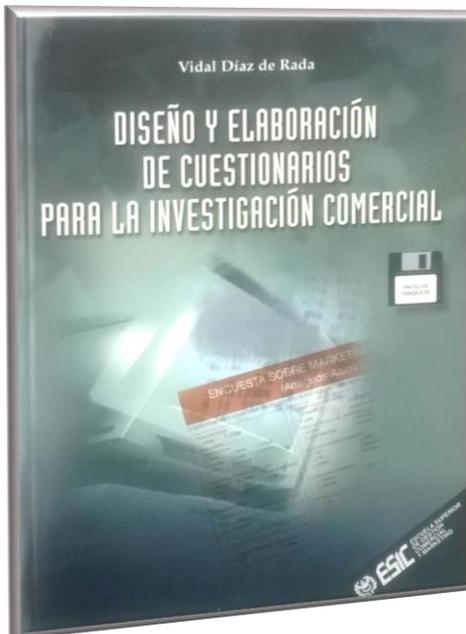
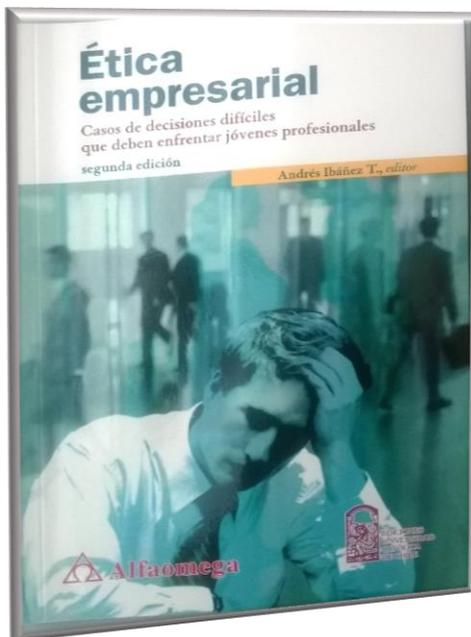


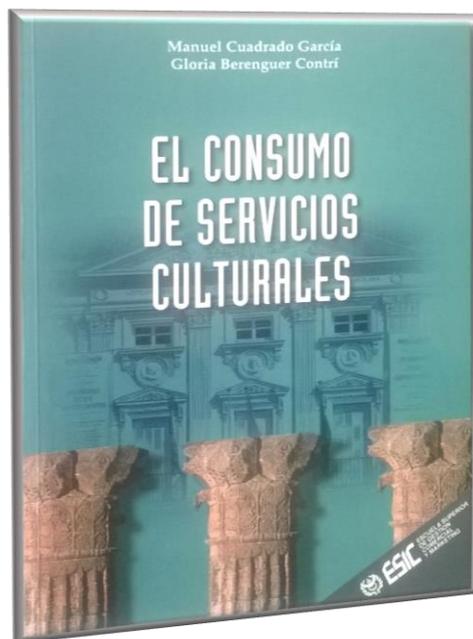
Título	La Investigación: aproximaciones a la construcción del conocimiento científico
Autor	Elssy Bonilla Castro, Jimena Hurtado Prieto, Christian Jaramillo Herrera
Editorial / Año	Alfaomega / 2009, c2011
ISBN	978-958-682-748-5
Asignatura Topográfica	001.42 I62
Cantidad	3
Contenido	<p>Parte I: La ciencia, un producto social -- Introducción: el investigador y la construcción de conocimiento científico -- La metodología de la investigación: practica social y científica -- Investigar desde la mente adecuada -- El cierre de la investigación: el arte de estabilizar el conocimiento científico</p> <p>Parte II: Los lenguajes de la ciencia -- Ideas sobre una metodología de la investigación en las ciencias -- Acerca del método axiomático -- Medición en ciencias sociales</p> <p>Parte III: La construcción de conocimientos científico desde las disciplinas -- La economía: Una disciplina definida por su método -- La investigación en epidemiología -- Investigación en salud pública: el conocimiento para la acción</p>



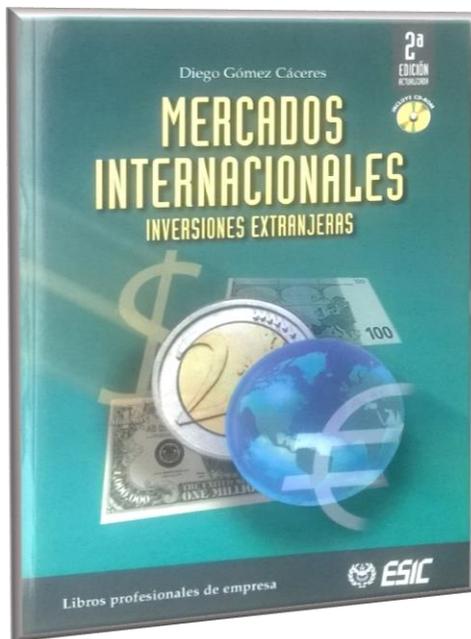
Título	Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial
Autor	Vidal Díaz de Rada
Editorial / Año	Esic Editorial / 2001
ISBN	84-7356-278-X
Asignatura Topográfica	001.433 D542
Cantidad	1
Contenido	<p>cap.1: Introducción: Clarificación conceptual y terminológica -- cap.2: Esquema secuencial para la elaboración de la encuesta: encuesta y cuestionario -- cap.3: El proceso de medición en la investigación mediante encuesta -- cap.4: La elaboración y diseño del cuestionario -- cap.5: La codificación del cuestionario -- cap.7: Pretest</p>



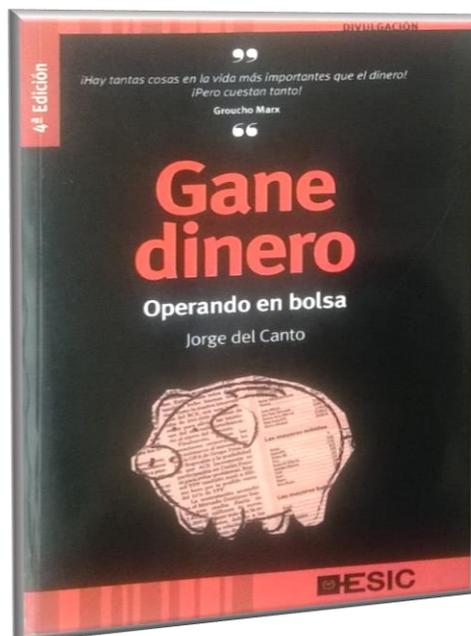
Título	Ética empresarial: Casos de decisiones difíciles que deben enfrentar jóvenes profesionales
Autor	Andrés Ibáñez
Editorial / Año	Alfaomega / 2008, c2013
ISBN	978-970-15-1330-9
Asignatura Topográfica	174.4 I121 2ed
Cantidad	1
Contenido	Ética empresarial de la información -- Ética empresarial de la relación con pares -- Ética empresarial de la relación con subordinados -- Ética empresarial de las relaciones con proveedores y/o clientes -- Ética empresarial de las relaciones con superiores



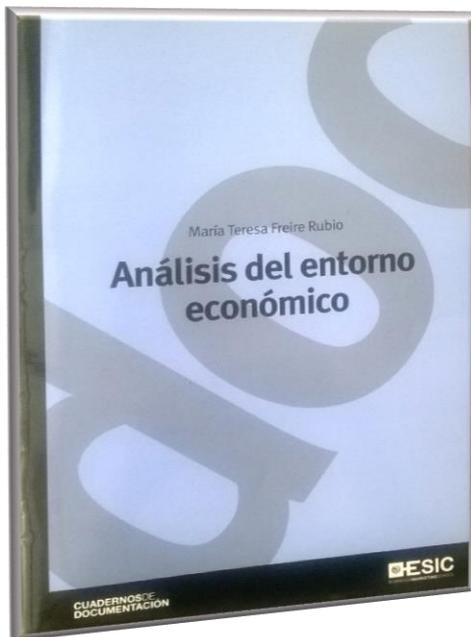
Título	El consumo de servicios culturales
Autor	Esic Editorial / 2002
Editorial / Año	Manuel Cuadrado García ,Gloria Berenguer Contrí
ISBN	84-7356-302-6
Asignatura Topográfica	306.4 C961
Cantidad	1
Contenido	cap.1: El sector cultural -- cap.2: El estudio del comportamiento del consumidor de servicios culturales -- cap.3: El consumo cultural en España



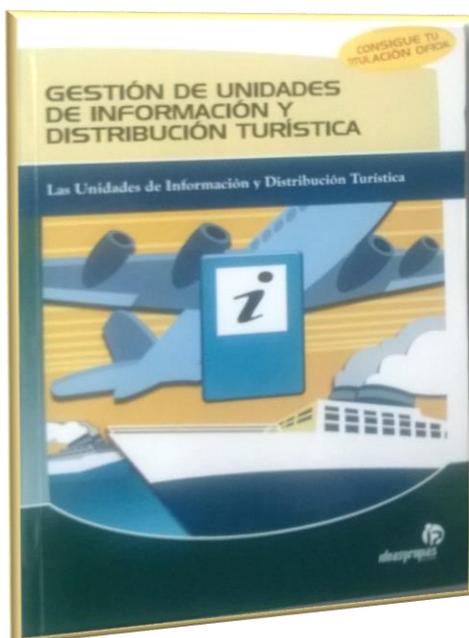
Título	Mercados internacionales: Inversiones extranjeras
Autor	Diego Gómez Cáceres
Editorial / Año	Esic Editorial / 2004
ISBN	332.64 G633 2ed
Asignatura Topográfica	84-7356-362-X
Cantidad	1
Contenido	Inversiones extranjeras y cuadernos del inversor -- Inversor -- Banco -- Monedas -- Importe -- Plazo -- Tipo de cambio Europeo -- Tipo de cambio monedas extranjeras -- Deposito inicial -- Tipo de intereses -- Intereses inversión inicial -- Deposito inicial -- Tipo de cambio a futuro -- Importante resultante deposito en moneda local (pesetas-euros) -- Gastos financieros -- Fiscalidad -- Rendimiento neto -- Tipo de interés equivalente (T.I.E.) -- Mejor T.I.E. de la inversión -- Mejor moneda extranjera de la inversión -- Mejor banco de la inversión--Tasa anual equivalente T.A.E. -- Decisiones del inversor -- Claves de marketing -- Simulador de inversión (business Game) -- Fichas técnicas de inversión



Título	Gane dinero: operando en bolsa
Autor	Jorge del Canto
Editorial / Año	Esic Editorial / 2009
ISBN	332.642 C232 4ed
Asignatura Topográfica	978-84-7356-517-2
Cantidad	1
Contenido	Recomendación o ruego -- el dinero -- Productos financieros -- Mercados financieros -- El mercado secundario de acciones -- Una propuesta de actuación -- El seguimiento de los precios -- Análisis de los precios -- Propiedades de los precios -- Soporte y resistencia -- Lateralidad y continuidad -- La discontinuidad del desplazamiento -- El "supuesto" primer impulso - - El segundo impulso -- El tercer impulso -- La estructura completa ¿es el fin? -- La actuación: la toma de decisiones -- Criterio de actuación en fase de primer impulso -- Criterio de actuación en fase de segundo impulso -- Criterio de seguimiento en formación de tercer impulso -- Introducción de ordenes en el mercado de acciones -- Ordenes condicionadas -- Derivados financieros -- Crédito al mercado -- Contratos por diferencias -- El apalancamiento financiero -- Elección de intermediario financiero



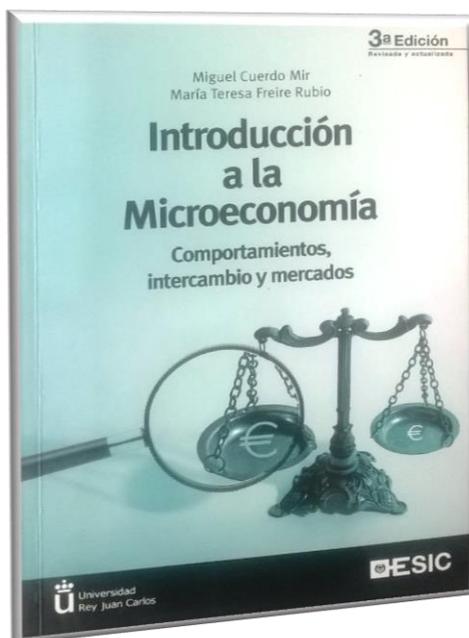
Título	Análisis del entorno económico
Autor	María Teresa Freire Rubio
Editorial / Año	Esic Editorial / 2009
ISBN	978-84-7356-631-5
Asignatura Topográfica	338.12 F866
Cantidad	1
Contenido	1: Definición de economía -- 2: Agentes económicos -- 3: Análisis de oferta y demanda -- 4: Indicadores económicos -- 5: Crecimiento económico y transformaciones estructurales -- 6: Economía internacional



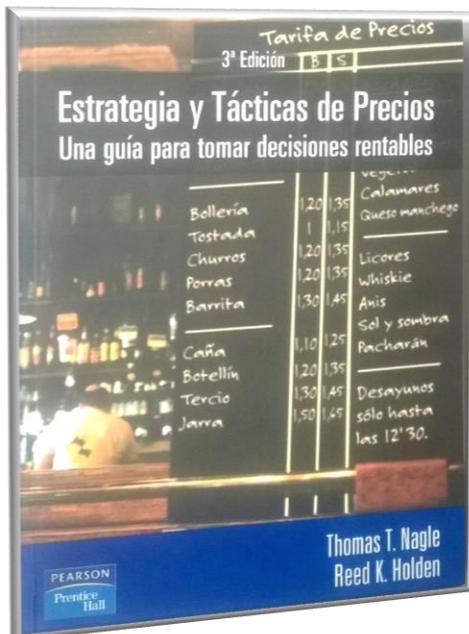
Título	Gestión de unidades de información y distribución turística: las unidades de información y distribución turística
Autor	Noelia Cabarcos Novas
Editorial / Año	Ideaspropias / 2006
ISBN	978-84-9839-103-9
Asignatura Topográfica	338.48 C112
Cantidad	1
Contenido	1: La planificación empresarial en las empresas y entidades de distribución e información turística - - 2: La organización en las agencias de viajes, otros distribuidores turísticos y entidades de información -- 3: Definición de puestos de trabajo y selección de personal -- 4: La dirección de equipos de trabajo -- 5: Gestión y control presupuestarios -- 6: Estructura financiera de las agencias de viajes y de otros distribuidores turísticos -- 7: Evaluación de costes, productividad y análisis económico para agencias de viajes y otros distribuidores turísticos -- 8: Utilización de aplicaciones informáticas específicas para la administración de unidades de información y distribución turísticas -- 9: Gestión de la calidad total



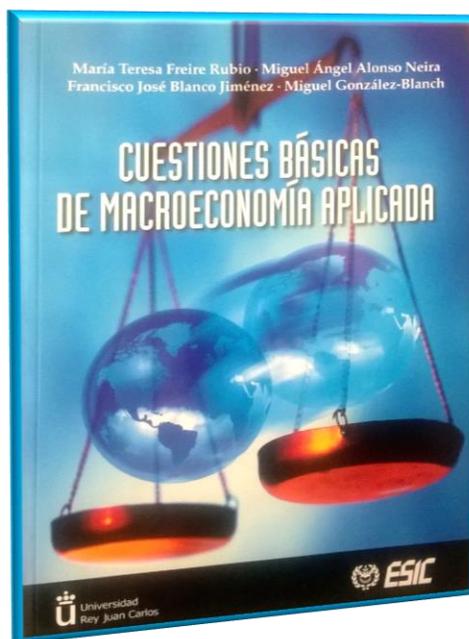
Título	Proceso económico-administrativo en las agencias de viajes: la gestión económico-administrativa en las agencias de viajes
Autor	Noelia Cabarcos Novas
Editorial / Año	Ideaspropias / 2006
ISBN	978-84-9839-102-2
Asignatura Topográfica	338.480 C112
Cantidad	1
Contenido	1: Contabilidad, matemáticas comerciales y estadística básica -- 2: Procesos administrativos en agencias de viajes y otras entidades de distribución turística -- 3: Procedimientos de almacenamiento, reposición y control de documentos propios y externos -- 4: Procedimientos derivados de las relaciones económicas con clientes -- 5: Gestión de tesorería y control de cuentas de cajas y bancos -- 6: Utilización de programas informáticos de gestión interna (back office) agencias de viajes



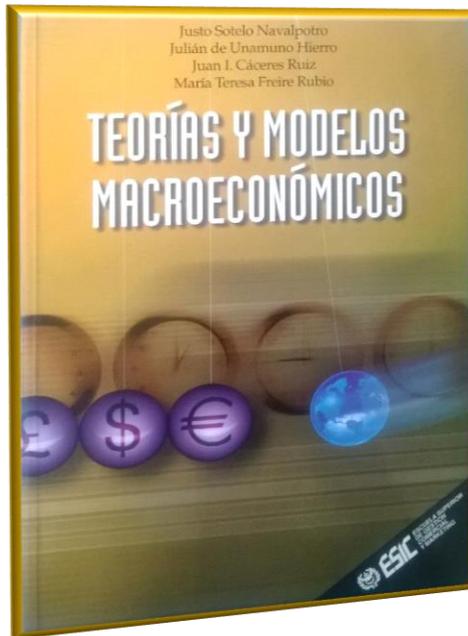
Título	Introducción a la microeconomía: comportamientos, intercambio y mercados
Autor	Miguel Cuervo Mir , María Teresa Freire Rubio
Editorial / Año	Esic Editorial / 2008
ISBN	978-847356-540-0
Asignatura Topográfica	338.5 C965 3ed
Cantidad	1
Contenido	cap.1: Introducción -- cap.2: E comportamiento de los consumidores: del deseo insaciable al mundo de las limitaciones: el equilibrio que viene -- cap.3: El comportamiento de los productores: el arte de conocer los deseos de los otros y la forma de producir las cosas que lo satisfacen -- cap.4: El intercambio -- cap.5: Un lugar de encuentro para el intercambio: el mercado -- cap.6: Elección, información y tiempo en economía -- cap.7: Formas de mercado (1): Competencia perfecta o cuando nadie tiene suficiente poder -- cap.8: Formas de mercado (2): Competencia imperfecta o cuando alguien tiene mucho poder -- cap.9: Formas de mercado (3): diferenciación y competencia o el momento en que el marketing se convierte en una variable fundamental del intercambio -- cap.10: Bienes públicos y extremidades: más allá de los mercados



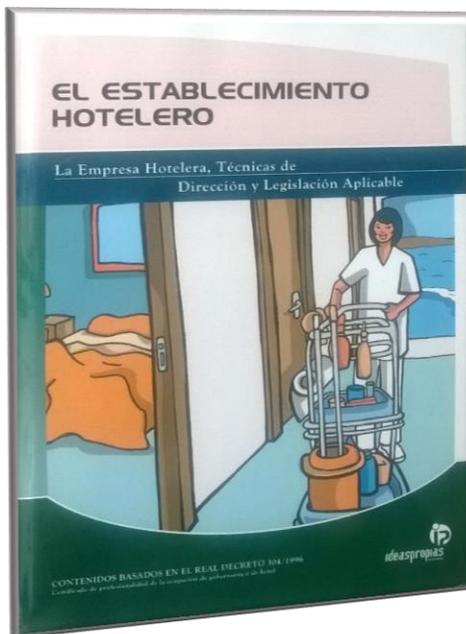
Título	Estrategia y tácticas de precios: una guía para tomar decisiones rentables
Autor	Thomas Nagle, Reed Holden, Trad. Yago Moreno López, Rev. Javier Oubiña Barbolla
Editorial / Año	Pearson / 2002
ISBN	978-84-205-3561-6
Asignatura Topográfica	338.52 N149 3ed
Cantidad	1
Contenido	Fijación estratégica de precios. La cosecha de su potencial de beneficios -- Costes. ¿Cómo deben afectar a las decisiones de fijación de precios? -- Análisis financiero. Fijación de precios para obtener beneficios -- Consumidores. Como comprender de las decisiones de compra y como influir sobre ellas -- Competencia. Resolución cuidadosa de los conflictos -- Estrategia de fijación de precios. Gestión activa de su mercado -- Fijación de precios en función del ciclo de vida. Adaptación de la estrategia a un entorno cambiante -- Ventas y negociación en función del valor. Como influir sobre el comportamiento del cliente -- Fijación de precios por segmentos del mercado. Tácticas para separar los mercados -- Fijación de precios en el marketing mix. Desarrollo de una estrategia integrada -- Estrategia del canal. Gestión de precios -- Ventajas competitivas. determinación de las bases para una fijación de precios más rentable-



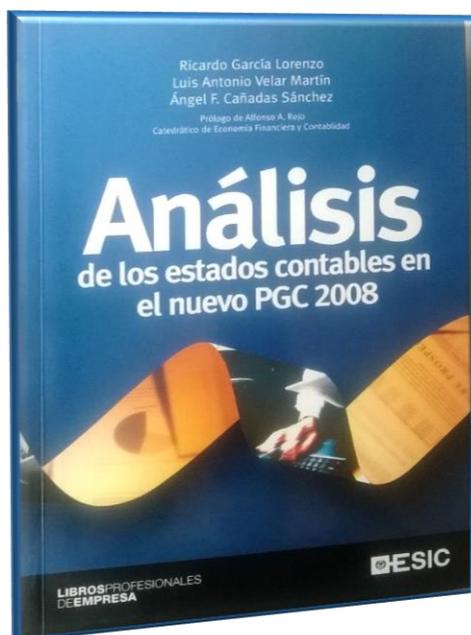
Título	Cuestiones básicas de macroeconomía aplicada
Autor	María Teresa Freire Rubio, Miguel Ángel Alonso Neira, Francisco José Blanco Jiménez, Miguel González-Blanch
Editorial / Año	Esic Editorial / 2004
ISBN	84-7356-376-X
Asignatura Topográfica	339 F866
Cantidad	1
Contenido	cap.1: Medida de la actividad económica: contabilidad nacional e indicadores económicos - - cap.2: Modelo renta-gasto sencillo: Economías domésticas y empresas -- cap.3: Modelo renta-gasto con sector público: economías domésticas; empresas y sector publico -- cap.4: Mercado de dinero: demanda y oferta monetaria -- cap.5: Modelo IS-LM: modelo de síntesis -- cap.6: Mercado de trabajo e inflación -- cap.7: Modelo DA-OA: oferta y demanda agregada -- cap.8: Economía abierta: sector exterior



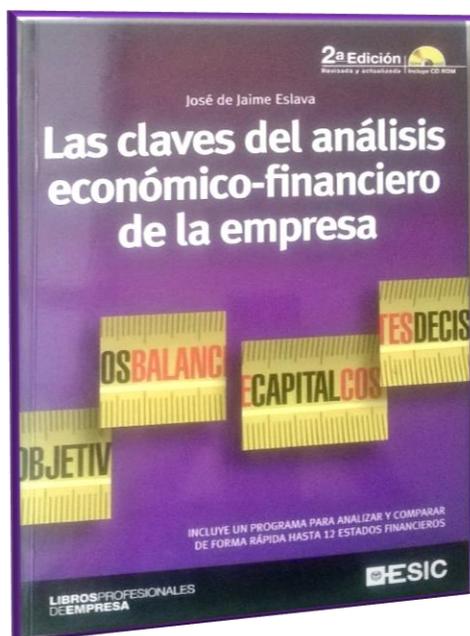
Título	Teorías y modelos macroeconómicos
Autor	Justo Sotelo Navalpotro, Julián de Unamuno Hierro, Juan Cáceres Ruiz, María Teresa Freire Rubio
Editorial / Año	Esic Editorial / 2003
ISBN	84-7356-338-7
Asignatura Topográfica	339 S717
Cantidad	1
Contenido	<p>Parte 1: Metodología y técnicas macroeconómicas -- cap.1: Sobre el carácter empírico de las ciencias sociales -- cap.2: Una evolución de la ciencia económica -- cap.3: Medida de la actividad económica</p> <p>Parte 2: Las teorías y los modelos -- cap.4: El modelo Neoclásico -- cap.5: Consideraciones de Keynes -- cap.6: El modelo de la síntesis Neoclásica - Keynesiana -- cap.7: El modelo de oferta y demanda agregadas dinámicas -- cap.8: Los modelos Neokeynesianos -- cap.9: La nueva macroeconomía clásica -- cap.10: La nueva macroeconomía keynesiana</p> <p>Parte 3: Introducción a la dinámica económica -- cap.11: La dinámica económica -- cap.12: El ciclo económico -- epílogo: lo que no debió olvidar la economía</p>



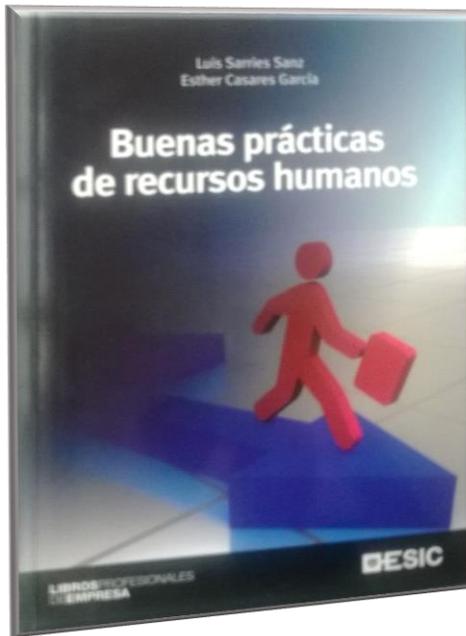
Título	El establecimiento hotelero: la empresa hotelera, técnicas de dirección y legislación aplicable
Autor	Marian Torres Sánchez de la Vega
Editorial / Año	IdeasPropias / 2004
ISBN	647.94 S211
Asignatura Topográfica	978-84-96585-65-2
Cantidad	1
Contenido	<p>Introducción a las técnicas de dirección -- Administración -- La planificación -- La organización: naturaleza y propósito -- La integración. Naturaleza y propósito -- Dirección La motivación -- El control y estilos de mando -- Administración y sociedad -- Propuestas prácticas--Introducción a la legislación aplicada al departamento de pisos -- Ordenación sobre establecimientos hoteleros -- El contrato de trabajo -- Formas de contratación -- Derechos y obligaciones de los trabajadores --La negociación colectiva -- Prestaciones de la seguridad social-- El consumidor; derechos. Manejo de quejas y reclamaciones -- Anexo legislativo -- Propuestas prácticas--Introducción a la gestión de la calidad --El concepto de calidad. Origen y evolución</p>



Título	Análisis de los estados contables en el nuevo PGC 2008
Autor	Ricardo García Lorenzo, Luis Antonio Velar Martín, Ángel Cañadas Sánchez
Editorial / Año	Esic Editorial / 2009
ISBN	978-84-7356-587-5
Asignatura Topográfica	657.41 A532
Cantidad	1
Contenido	cap.1: Concepto y características de la reputación empresarial -- cap.2: El balance de situación -- cap.3: La cuenta de pérdidas y ganancias -- cap.4: El estado de cambios del patrimonio neto -- cap.5: El estado de flujos de efectivo -- cap.6: Los estados contables intermedios y otros estados contables -- cap.7: La memoria -- cap.8: El análisis de estados contables. Introducción -- cap.9: Conclusiones generalistas. Anexos



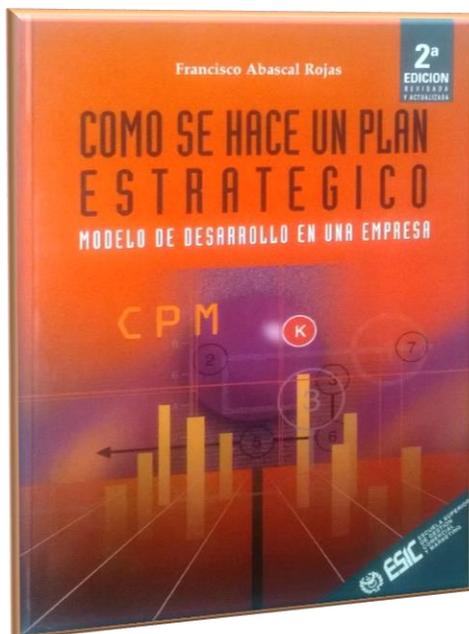
Título	Las claves del análisis económico-financiero de la empresa
Autor	José de Jaime Eslava
Editorial / Año	Esic Editorial / 2008, c2010
ISBN	978-84-7356-721-3
Asignatura Topográfica	658.15 J254 2ed
Cantidad	1
Contenido	cap.1: Las posiciones económico-financieras de la empresa -- cap.2: Los estados financieros como soportes del análisis de la gestión empresarial -- cap.3: El análisis de la rentabilidad y la solvencia de la empresa -- cap.4: El análisis del capital circulante y de la liquidez empresarial -- cap.5: El análisis de los costes de la financiación empresarial -- cap.6: El análisis de las decisiones de crecimiento empresarial -- cap.7: El análisis de las decisiones de inversión -- cap.8: El análisis de la rentabilidad -- de los proyectos de inversión -- cap.9: El análisis de los costes y la rentabilidad de los productos



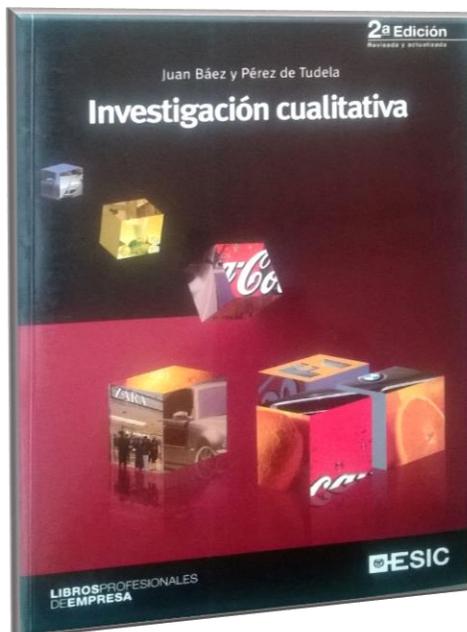
Título	Buenas prácticas de recursos humanos
Autor	Luis Sarries Sanz, Esther Casares García
Editorial / Año	Esic Editorial / 2008
ISBN	978-84-7356-525-7
Asignatura Topográfica	658.3 S247
Cantidad	1
Contenido	<p>cap.1: En busca del factor humano en las empresas y organizaciones -- cap.2: De la ética de los negocios a la responsabilidad social corporativa -- cap.3: La motivación de los empleados -- cap.4: Buenas prácticas y benchmarking en recursos humanos -- cap.5: "Buenas practicas" en políticas retributivas -- cap.6: "Buenas practicas" relacionadas con la familia -- cap.7: "Buenas practicas" en reconocimiento y participación de los empleados -- cap.8: La comunicación en la empresa -- cap.9: "Buenas paticas" en acción social de las empresas -- cap.10: "Buenas practicas" en salud, cultivo corporal y atención a necesidades especiales</p>



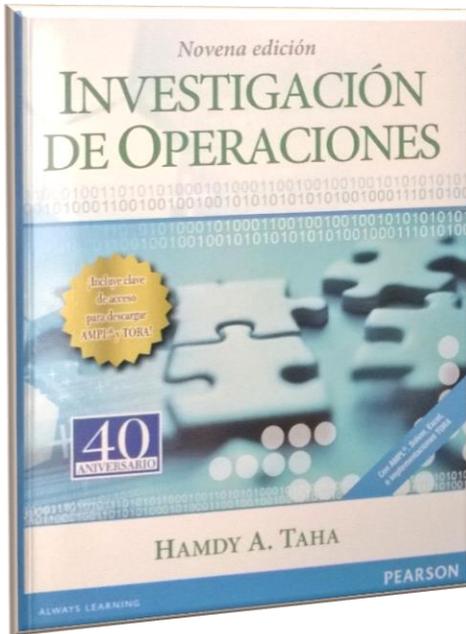
Título	Comunicación total
Autor	Ángel Luis Cervera Fantoni
Editorial / Año	Esic Editorial / 2008
ISBN	978-84-7356-539-4
Asignatura Topográfica	658.45 C419 4ed
Cantidad	1
Contenido	<p>cap.1: La dirección de comunicación -- cap.2: Ética, cultura y valores -- cap.3: Identidad & imagen corporativa -- cap.4: Publicidad y comunicación -- cap.5: E-comunicación -- cap.6: Eventos y RR.PP -- cap.7: Patrocinio & mecenazgo -- cap.8: Lobbies -- cap.9: Comunicación interna -- cap.10: Crisis -- cap.11: Comunicación financiera -- cap.12: Habilidades directivas, estilo, procedimientos y protocolo</p>



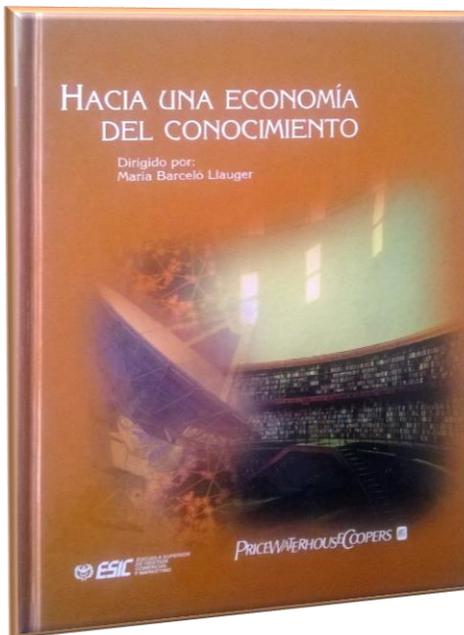
Título	Como se hace un plan estratégico: modelo de desarrollo en una empresa
Autor	Francisco Abascal Rojas
Editorial / Año	Esic Editorial / 2000
ISBN	84-7356-219-4
Asignatura Topográfica	658.401 A118 2ed
Cantidad	1
Contenido	Proyecto de empresa -- Lectura del caso práctico. Resolución -- Las reglas de ajuste para las orientaciones estratégicas -- El diagnóstico económico táctico -- La información interna y externa -- El cliente como fundamento del negocio de empresa K -- Análisis de la clientela - - Proceso de identificación de áreas de oportunidad -- Objetivos -- La reflexión estratégica -- Las oportunidades del mercado -- cap.13: Participación de la empresa K en el mercado -- Las estrategias de empresa K y su segmentación -- El plan estratégico comercial -- La política como reflejo de los objetivos de empresa K -- Los programas -- Presupuestos --: Resumen del plan estratégico -- El análisis de vulnerabilidad de empresa K -- El plan de contingencias -- Presentación final del plan estratégico de empresa K -- Puesta en práctica del plan estratégico de empresa K -- La coordinación del plan estratégico -- Carta <magna> del plan estratégico



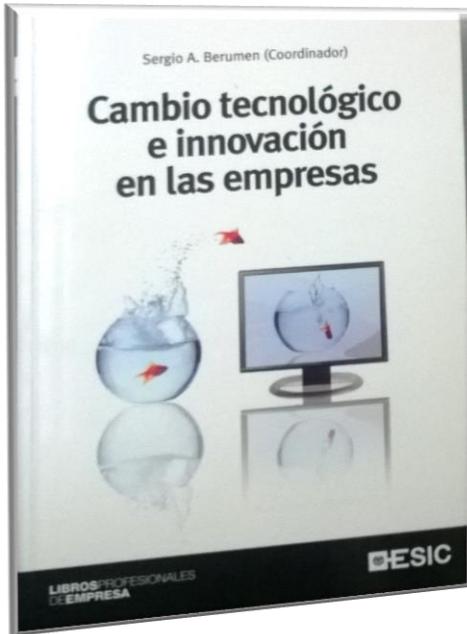
Título	Investigación Cualitativa
Autor	Juan Báez y Pérez de Tudela
Editorial / Año	Esic Editorial / 2009
ISBN	978-84-7356-599-8
Asignatura Topográfica	658.4013 B142 2ed
Cantidad	1
Contenido	Parte I: El contexto -- Introducción a la investigación comercial cualitativa -- Evolución de la investigación cualitativa -- Método y ciencia Parte II: Las técnicas -- La entrevista -- El grupo -- Observación, pseudocompra y compra misteriosa -- Otras técnicas cualitativas Parte III: Del diseño de la investigación al informe de resultados -- El diseño de la investigación -- El análisis -- Los paradigmas de análisis I: "las palabras" -- Los paradigmas de análisis II: "los hechos" -- La creación analista -- El valor de la investigación: evaluación -- La consultoría para el cambio en las organizaciones



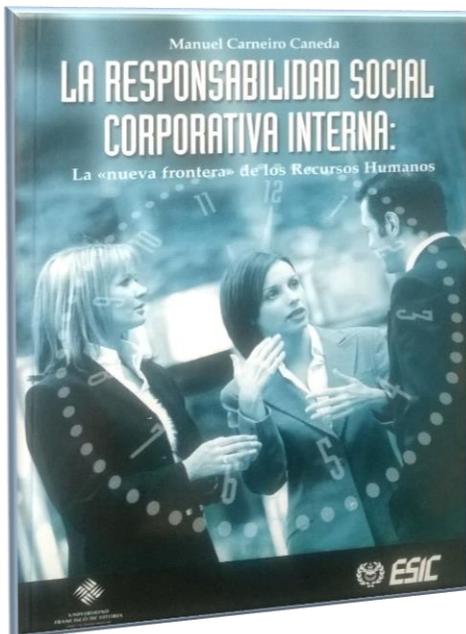
Título	Investigación de operaciones
Autor	Hamdy A. Taha
Editorial / Año	Pearson Educación / 2004
ISBN	970-26-0498-2
Asignatura Topográfica	658.4034 T128
Cantidad	3
Contenido	<p>Qué es la investigación de operaciones?-- introducción a la programación lineal.-- El método simplex.-- Análisis de dualidad y sensibilidad.-- Modelo de transporte y sus variantes.-- Modelos de redes.-- Programación lineal avanzada.-- Programación de metas.-- Programación lineal entera.-- Programación dinámica determinística.-</p> <p>- Modelos determinísticos de inventarios.-- Repaso de probabilidad básica.-- Modelos de pronóstico.-- Análisis de decisiones y juegos.-- Programación dinámica probabilística.-- Modelos probabilísticos de inventario.-- Sistemas de colas.-- Modelado de simulación.-- Proceso de decisión markoviana.-- Teoría clásica de la optimización.-- Algoritmos de programación no lineal.-- Apéndice A. Repaso de vectores y matrices.-- Apéndice B. Introducción a TORA.</p>



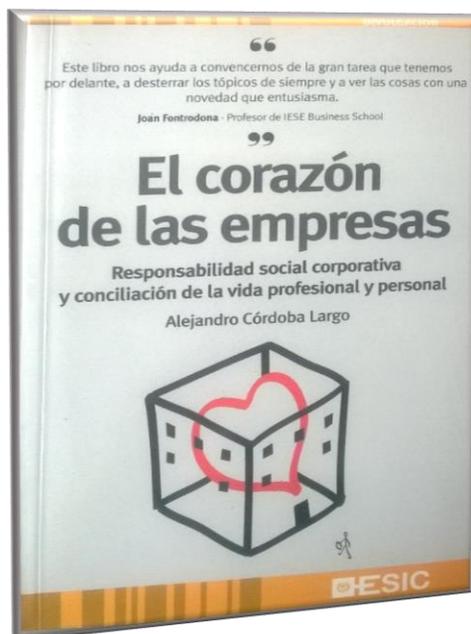
Título	Hacia una Economía del Conocimiento
Autor	Alicia Baglietto Tardío
Editorial / Año	ESIC – EDICTORIAL / c2001
ISBN	84-7356-272-0
Asignatura Topográfica	658.4038 H117
Cantidad	2
Contenido	<p>La economía basada en el conocimiento. El caso de España -- La gestión del conocimiento en el ámbito empresarial -- Visión y estrategia de gestión del conocimiento -- Escenarios de implementación -- La tecnología aplicable a la gestión del conocimiento -- Gestión de la información y gestión de contenidos -- Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional -- La propiedad industrial e intelectual otro intangible estratégico -- La medición del conocimiento y otros aspectos contables -- Las esferas del conocimiento</p>



Título	Cambio tecnológico e innovación en las empresas
Autor	Sergio Berumen
Editorial / Año	Esic Editorial / 2008
ISBN	978-84-7356-519-6
Asignatura Topográfica	658.404 B552
Cantidad	1
Contenido	cap.1: El legado de Schumpeter al estudio de las empresas y su entorno -- cap.2: Economía del cambio tecnológico y su importancia para las empresas -- cap.3: Modelos de cooperación inter-empresarial en la búsqueda de la innovación y la competitividad -- cap.4: Herramientas para la medición de la innovación (BASFI) -- cap.5: Métodos de decisión en un entorno de innovación constante (AHP; ACP; GDF)



Título	La responsabilidad social corporativa interna: la <nueva frontera> de los recurso humanos
Autor	Manuel Carneiro Caneda
Editorial / Año	Esic Editorial / 2004
ISBN	658.408 C289
Asignatura Topográfica	84-7356-381-6
Cantidad	1
Contenido	cap.1: La responsabilidad social: un concepto empresarial de actualidad -- cap.2: La responsabilidad social interna -- cap.3: Las nuevas orientaciones que aglutina de responsabilidad social interna -- cap.4: A modo de conclusión: La sonrisa de Karl Marx



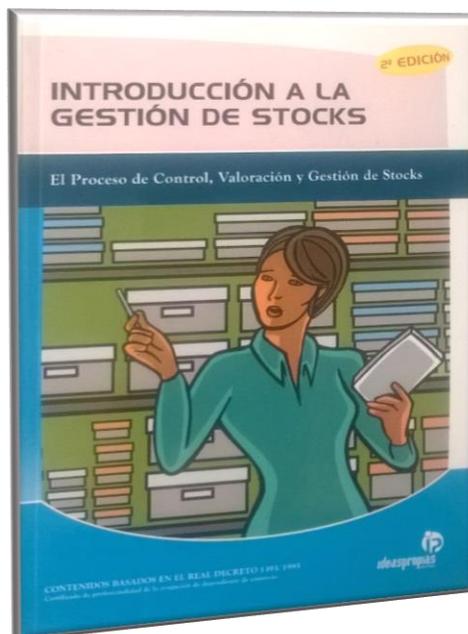
Título	El corazón de las empresas: la responsabilidad social corporativa y conciliación de la vida profesional y personal
Autor	Alejandro Córdoba Largo
Editorial / Año	Esic Editorial / 2007
ISBN	978-84-7356-498-4
Asignatura Topográfica	658.408 C796
Cantidad	1
Contenido	cap.1: La familia -- cap.2: Moda o cambio emergente -- cap.3: Jorge: Monologo forzado -- cap.4: Jugar limpio -- cap.5: Que hacer -- cap.6: Parecerlo y serlo -- cap.7: Sin despedida -- cap.8: Préstamo de nuestros hijos -- cap.9: Marionetas o reyes -- cap.10: Miedo a dar marcha atrás -- cap.11: ¿lo lograra?



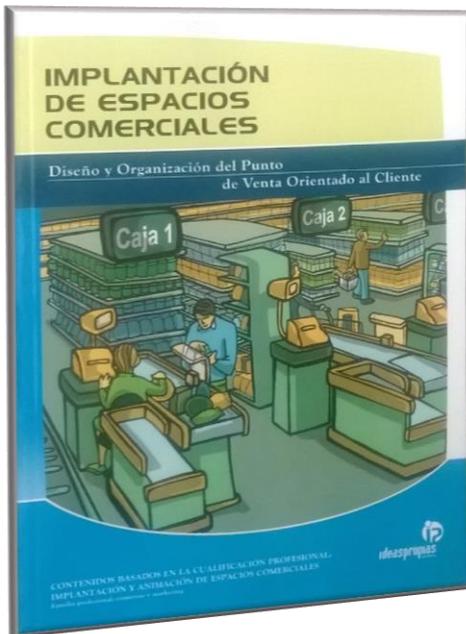
Título	Logística y operaciones en la empresa
Autor	Ignacio Soret los Santos
Editorial / Año	Esic Editorial / 2010
ISBN	978-84-7356-650-6
Asignatura Topográfica	658.5 S713
Cantidad	1
Contenido	cap.1: Logística y operaciones en la empresa -- cap.2: La cadena de suministro y respuesta eficiente al consumidor -- cap.3: Producción: capacidad y distribución en planta -- cap.4: Plan de producción y gestión de materiales. Gestión de la distribución -- cap.5: Programación y control de proyectos -- Cap.6: Gestión de stocks -- cap.7: Aprovisionamiento -- cap.8: Modelos de asignación y localización -- cap.9: Modelos de transporte -- cap.10: Modelos de distribución y planificación de rutas -- cap.11: Logística multimodal e internacional -- cap.12: Rentabilidad del cliente y del producto -- cap.13: La calidad. Seis Sigma -- cap.14: Sistemas de información y comunicación -- cap.15: Benchmarking



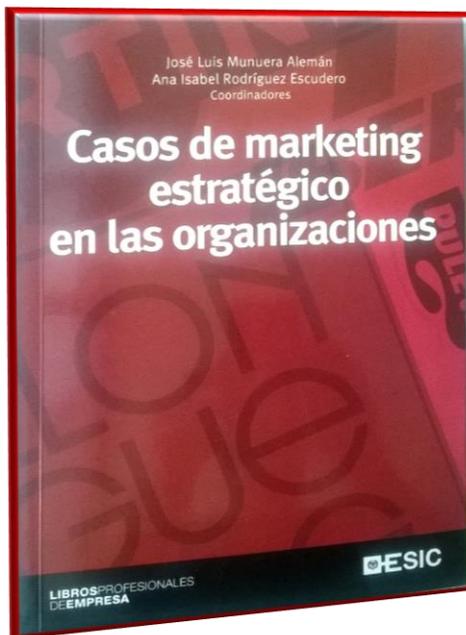
Título	Gestión, dirección y estrategia de producto
Autor	Francisco Serrano Gómez, Cesar Serrano Domínguez
Editorial / Año	Esic Editorial / 2005
ISBN	84-7356-413-8
Asignatura Topográfica	658.575 S487
Cantidad	1
Contenido	cap.1: El producto como variable del mix comercial -- cap.2: Análisis individualizado del producto (I) -- cap.3: Análisis individualizado del producto (II) -- cap.4: Los atributos del producto (la marca -- el envase y la etiqueta) -- cap.5: La cartera de productos -- cap.6: Estrategias, dirección y gestión de la línea -- cap.7: La modificación y la eliminación de productos (la modificación de productos -- la eliminación de productos) -- cap.8: La innovación y los nuevos productos



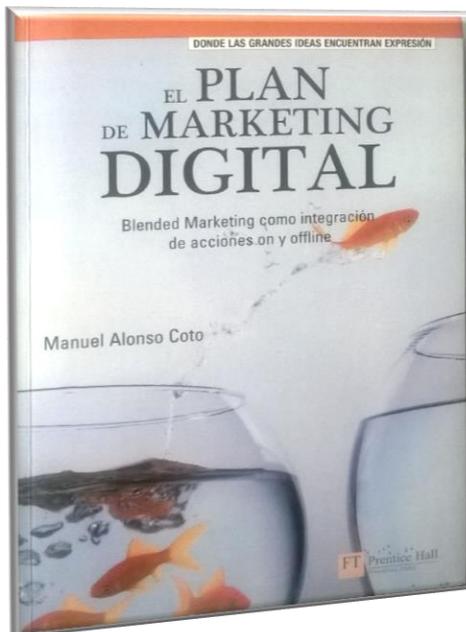
Título	Introducción a la gestión de stocks: el proceso de control, valoración y gestión de Stocks
Autor	Mónica Miguez Pérez, Ana Isabel Basto Boubeta
Editorial / Año	Ideaspropias / 2006
ISBN	978-84-9839-144-2
Asignatura Topográfica	658.7 M636 2ed
Cantidad	1
Contenido	1: Los inventarios -- 2: Métodos de gestión de stocks (concepto de equilibrio de costes - cálculo de la cantidad más rentable económicamente - cálculo de la prioridad más rentable - principio de los métodos a punto de pedido)-- 3: Modelos de gestión de stocks (modelo de cantidad fija de pedido - modelo de cantidad de pedido de producción)



Título	Implantación de espacios comerciales: Diseño y organización del punto de venta orientado al cliente
Autor	Ana Isabel Bastos Boubeta
Editorial / Año	Ideaspropias / 2006
ISBN	978-84-9839-095-7
Asignatura Topográfica	658.8 B327
Cantidad	1
Contenido	1: Organización del punto de venta orientado al cliente (el comercio - el merchandising - análisis del consumidor - proceso de decisión de compra - Organización del punto de venta -- estimación de coste)-- 2: Diseño interior del establecimiento comercial -- 3: Diseño exterior del establecimiento comercial -- 4: La implantación de espacios comerciales y el desarrollo virtual (marketing y comercialización on line de bienes y servicios)



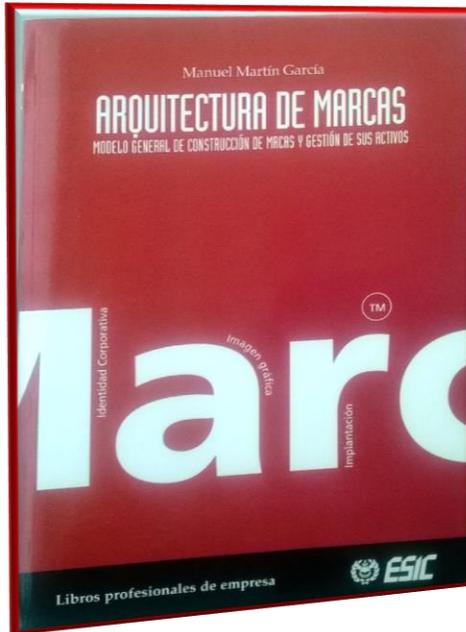
Título	Estrategias de marketing: de la teoría a la práctica
Autor	José Luis Munuera Alemán, Ana Isabel Rodríguez Escudero
Editorial / Año	ESIC EDITORIAL / 2006
ISBN	84-7356-459-6
Asignatura Topográfica	658.8 M971
Cantidad	1
Contenido	Casos de segmentación y posicionamiento -- caso de cartera de productos -- Casos de estrategia de bajo coste -- Casos de estrategia de crecimiento -- Casos de innovación y desarrollo de nuevos productos -- caso de desarrollo de una nueva marca -- Caso de eliminación de productos -- Casos de estrategia de internacionalización -- Casos de temática múltiple



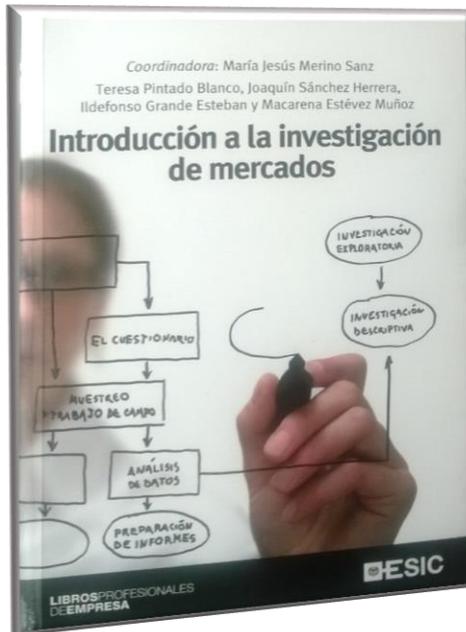
Título	El plan de marketing digital: blended marketing como integración de acciones on y offline
Autor	Manuel Alonso Coto
Editorial / Año	Prentice Hall / 2008
ISBN	978-84-8322-458-8
Asignatura Topográfica	658.8 C845
Cantidad	1
Contenido	<p>Introducción: Definiendo el blended marketing -- 1: Blended marketing vs marketing 2.0 -- 2: El éxito de las campañas integradas a través de 10 ejemplos</p> <p>Parte 1: Los elementos del plan de marketing digital -- 3: Introducción al concepto de plan de marketing digital -- 4: el presumir y la nueva comunicación social -- 5: La nueva publicidad audiovisual -- 6: El omnipresente marketing basado en buscadores -- 7: El nuevo <<boca a oreja>>: el marketing multidireccional -- 8: El marketing móvil: captando y fidelizando clientes -- 9: Emigrantes frente a nativos digitales -- 10: El efecto sobre las agencias -- 11: El efecto sobre los medios</p> <p>Parte 2: Construyendo el plan de integración -- 12: Desarrollando el plan de marketing digital -- Escribiendo el plan de marketing digital -- 15: El plan de e-marketing de XESK -- 16: El plan de marketing digital de tu empresa -- epílogo: el final del principio</p>



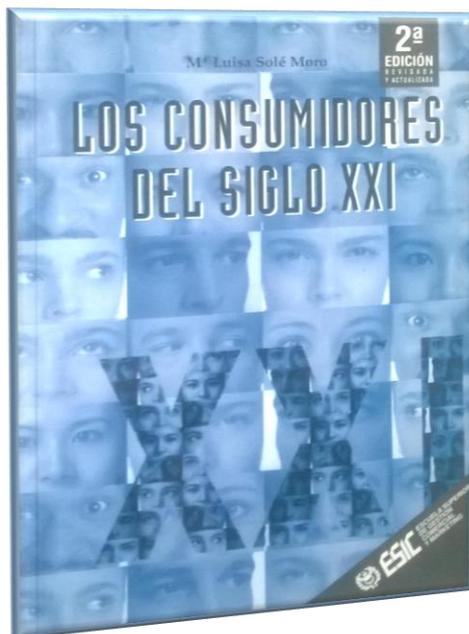
Título	Generación marketing: la sociedad entre la codicia y la indolencia
Autor	Víctor Molero, prólogo de Federico Mayor Zaragoza
Editorial / Año	Esic Editorial / 2006
ISBN	84-7356-455-3
Asignatura Topográfica	658.8 M718g
Cantidad	1
Contenido	<p>Parte 1: Mercado, Trabajo, Familia -- En la coctelera -- Un bazar planetario. Competitividad sin límites -- Del corazón al escaparate -- Trabajar para ser. Extensión de la jornada laboral -- Tiranos en casa. Paternidad complaciente</p> <p>Parte 2: Marketing, Persuasión, consumo -- La feria del glamour. Proliferación de mecanismos persuasivos -- Con dinero y sin dinero... Pagar sin problemas</p> <p>Tercera parte: Juventud, educación, indolencia -- Sin ganas pero con estilo. Perfil de la nueva juventud -- Desobedientes sin causa. Incongruencia educativa -- Herencia maldita. El legado a una generación desconcertada</p> <p>Parte 4: Valores, Ética, Solidaridad</p>



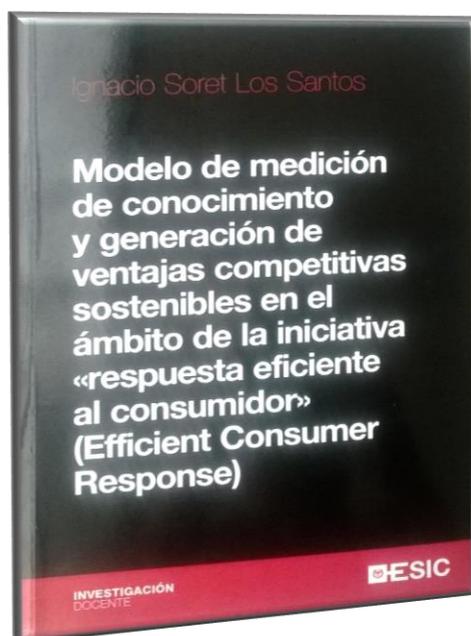
Título	Arquitectura de marcas: Modelo general de construcción de marcas y gestión de sus activos
Autor	Manuel Martín García
Editorial / Año	Esic Editorial / 2005
ISBN	84-7356-396-4
Asignatura Topográfica	658.827 M379
Cantidad	1
Contenido	<p>Parte I: Las marcas en el mercado -- cap.1: Que es una marca -- cap.2: Las marcas en el mercado</p> <p>Parte II: Modelo de construcción de marcas y gestión de sus activos -- cap.3: El modelo como sistema -- cap.4: Sistema de identidad de la marca -- cap.5: Definición de la imagen de marca -- cap.6: Proposición de valor de la marca -- cap.7: Definición del modelo de cliente basado en la marca -- cap.8: Posicionamiento de la marca -- cap.9: La identidad formal de la marca -- cap.10: Comunicación del posicionamiento de la marca -- cap.11: Establecer una cultura corporativa basada en la marca -- cap.12: Establecer sistemas de medidas sobre la inversión en marcas y del desempeño corporativo en relación con ella / Parte III: La explotación de los activos de marca y la marca corporativa</p>



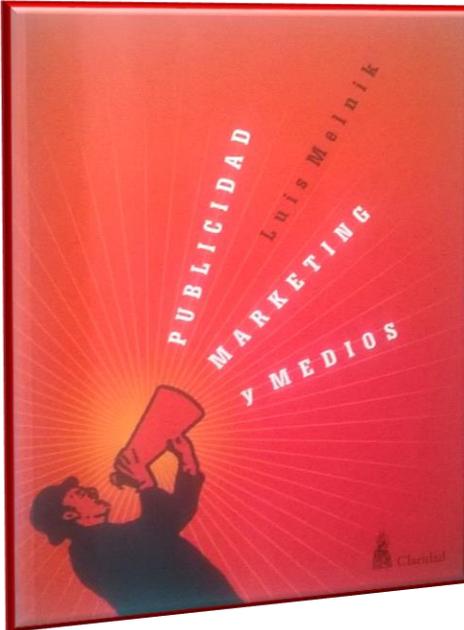
Título	Introducción a la investigación de mercados
Autor	María Jesús Merino Sanz, Teresa Pintad Blanco, Joaquín Sánchez Herrera
Editorial / Año	Esic Editorial / 2010
ISBN	978-84-7356-614-8
Asignatura Topográfica	658.83 M562
Cantidad	
Contenido	<p>cap.1: ¿Que es la investigación de mercados? -- cap.2: Investigación exploratoria -- cap.3: Investigación descriptiva -- cap.4: El cuestionario -- cap.5: Muestreo y trabajo de campo -- cap.6: Análisis de datos -- cap.7: Preparación de informes</p>



Título	Los consumidores del siglo XXI
Autor	Mª Luisa Solé Moro
Editorial / Año	Esic Editorial / 2003
ISBN	84-7356-357-3
Asignatura Topográfica	658.8342 S232 2ed
Cantidad	1
Contenido	<p>Parte I: Estudio del comportamiento del consumidor -- cap.1: Introducción al estudio del comportamiento del consumidor -- cap.2: Modelo de comportamiento y segmentación</p> <p>Parte II: Principales condicionantes del consumo -- cap.3: Condiciones internas: dimensión psicológica del proceso de compra -- cap.4: Condicionantes externos: la influencia del entorno del consumidor</p> <p>Parte III: El proceso de decisión de compra</p> <p>Parte IV: Principales métodos de investigación del comportamiento del consumidor -- cap.6: La investigación comercial</p> <p>Parte V: Perspectivas de consumo: la evolución del comportamiento del consumidor -- cap.7: El cambio de hábitos en el consumo -- cap.8: El comportamiento de la organizaciones frente al cliente -- cap.9: La influencia de las nuevas tecnologías en el comportamiento de compra</p>



Título	Modelo de medición de conocimiento y generación de ventajas competitivas sostenibles en el ámbito de la iniciativa <<respuesta eficiente al consumidor>> (Efficient consumer response)
Autor	Ignacio Soret los Santos
Editorial / Año	Esic Editorial / 2007
ISBN	978-84-7356-560-8
Asignatura Topográfica	658.8342 S713
Cantidad	1
Contenido	<p>cap.1: Presentación -- cap.2: Marco conceptual</p> <p>cap.3: Diseño de la investigación y metodología</p> <p>cap.4: Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación</p>



Título	Publicidad, Marketing y Medios
Autor	Luis Melnik
Editorial / Año	Claridad / 2008
ISBN	978-950-620-253-8
Asignatura Topográfica	659.1 M527
Cantidad	1
Contenido	cap.1: La imagen sagrada -- cap.2: La rebelión de las causas -- cap.3: América comparada -- cap.4: Boceto histórico -- Cap.5: El nuevo poder -- cap.6: El imperialismo de las imágenes -- cap.7: El color y la pausa -- cap.8: La llegada del gigante -- cap.9: Lenguaje, expresión y cultura -- cap.10: Lo importante es competir -- cap.11: Sociología de bolsillo -- cap.12 Antropofagia y política -- cap.13: La industria de la impugnación -- cap.14 El circo de tres pistas -- cap.15: El pozo sin fondo -- cap.16: ! Cuantas cosas se han hecho en tu nombre; -- cap.17: Introducción al laberinto -- cap.18: Cierre de campaña