



ÚLTIMOS LIBROS RECIBIDOS

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA UN CRECIMIENTO RENTABLE

Casos prácticos.

D. José Luis Manuera Alemán;
Ana Isabel Rodríguez Escudero
ESIC Editorial, 2.000; 371 pags

El estudio de la realidad empresarial es necesario para salvar la distancia entre la enseñanza teórica y el mundo de la empresa. En este libro, los autores han buscado el acercamiento entre ambas esferas a fin de constatar que los conceptos que se explican teóricamente no son realidades abstractas e ideales sino que tienen un claro exponente real.

El lector encontrará, pues, herramientas útiles, que se han ido perfeccionando desde la disciplina de marketing, hábilmente usadas por empresas exitosas en el logro del crecimiento y la rentabilidad.

El libro contiene trece casos prácticos, elaborados por veintidós autores de doce Universidades españolas.

LA GESTION DEL DISEÑO EN LA EMPRESA

D. José María Ivañez Gimeno
McGraw-Hill/Interamericana de España
S.A.U., 2.000

La gestión del diseño en la empresa está dirigido a los empresarios y gestores de empresas que consideran que gestionar el diseño, utilizarlo de forma

más eficaz y al mínimo coste, son habilidades imprescindibles para el gerente que debe conseguir la competitividad de su empresa en un mercado cada vez más globalizado. El libro es fruto de la experiencia profesional del autor como pionero en la promoción del diseño industrial como instrumento competitivo para aumentar la competitividad en la empresa, y como profesor universitario que ha impartido a lo largo de los últimos años cursos dirigidos a empresarios y directivos de empresa orientados a la realización de proyectos concretos de dirección y gestión del diseño.

Gracias a inestimable colaboración de la revista española ON Diseño, el texto se enriquece y completa con ejemplos prácticos de cómo el diseño consigue empresas más competitivas y productos más y mejor adaptados a las necesidades y apetencias de los consumidores.

E- TRADING: INVERSIONES FINANCIERAS A TRAVES DE INTERNET

Alpesh B. Patel
Pearson Educación, S.A.

Facilita consejos prácticos, tácticas y experiencias para no perderse en la red e invertir de la forma más segura posible.

Internet se ha convertido, en un importante elemento de comercio y de inversión, y la bolsa está

ya al alcance de pequeños y grandes inversores, pero también de jóvenes aventureros de la red. Todos se saltan, mediante el uso de Internet, viejas normas de este mundo como el pago de abultadas comisiones que se vuelven innecesarias. Aquí, el inversor es más que en ningún otro sitio el dueño de su dinero. En palabras de Patel, "Internet democratiza así el capitalismo"

El objetivo del libro, como el de todo buen inversor, no es, ni más ni menos, que conocer, (en este caso, dar a conocer) las mejores estrategias para obtener el máximo beneficio.

GLOSARIO IBEROAMERICANO DE CONTABILIDAD DE GESTION

D. Jesús Lizcano Alvarez (Coordinador)
A.E.C.A.;A.I.C., 2.000

Este Glosario pretende contribuir a lograr un mínimo lenguaje común en los términos y conceptos más importantes y frecuentemente utilizados en los países iberoamericanos en relación con la Contabilidad de Gestión, materia integrada básicamente por lo que se conoce, en general, como Contabilidad de Costes, o Costos, según los países.

El Glosario está integrado por un conjunto de trescientos setenta términos o vocablos considerados como los más significativos en este ámbito de la contabilidad interna de las empresas, con una explicación del significado o contenido básico de cada uno de ellos, y tratando de constituir en este contexto un medio de acercamiento idiomático y de conocimiento mutuo entre los distintos países que integran el orbe iberoamericano.

PRACTICAS DE LA GESTION EMPRESARIAL

D. Julio García del Junco; D. Cristóbal Casanueva
McGraw-Hill/Interamericana de España
S.A.U., 2.000,352 pags.

Este libro intenta aportar un enfoque más práctico, más cercano a una realidad empresarial que está en continuo cambio. Se centra en los contenidos, pero sobre todo en la metodología utilizada en la enseñanza de los mismos. Esta enseñanza no solo es considerada dentro del ámbito universitario, sino también en el de la propia empresa, puesto que puede ser utilizada en la formación de trabajadores y directivos dentro de planes de formación de expertos, usándola como una adecuada herramienta de autoformación o en su utilización en programas de formación ocupacional.

Cada capítulo consta de ciertos elementos teóricos y de otros prácticos. Los capítulos comienzan con

un mapa conceptual sobre el tema tratado y con un glosario de términos importantes de cada tema. Continúa con un caso de empresa representativo del tema que se estudia, con la novedad de que se presenta una solución propuesta; por último, aparecen los restantes casos sin solución, cada uno con su guía de discusión.

MANUAL DE OUTSOURCING INFORMATICO. Análisis y Contratación

D. Emilio del Peso Navarro

Díaz de Santos Ediciones, 2000, 224 pags.

La distribución del trabajo fue uno de los grandes logros de la humanidad y el inicio de una nueva forma de entender la economía. En el ámbito individual el descubrimiento de la distribución del trabajo supuso sacar del mismo muchas tareas que antes ejecutaba cada individuo. En los inicios de la denominada por Drucker, sociedad del saber, el acelerado ritmo de las presiones competitivas está exigiendo a las empresas una mayor productividad y una mejor utilización de los activos empleados, lo que les obliga a replantearse su propio hacer y a centrarse en sus puntos básicos de actividad, subcontratando fuera de la propia empresa aquellos otros que simplemente son accesorios. Una de las soluciones para salir de esta situación puede ser el outsourcing o contratación global o parcial de servicios informáticos según se gestionen fuera de la empresa todos o solo una parte de ellos.

EMPRESAS ESPAÑOLAS EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

D^a Rosario García Cruz

ESIC Editorial, 2.000; 391 pags

En este título, la autora, trata de recoger un análisis del proceso de internacionalización experimentado por una serie de empresas procedentes de diferentes sectores industriales y en diferentes fases de evolución. En este sentido, ha buscado reflejar aspectos tales como: la internacionalización de la empresa, la necesidad de un análisis del entorno internacional, las decisiones claves que hay que tomar en los mercados exteriores, destacando la polémica entre la estandarización y la adaptación, la cadena de valor, la segmentación internacional, así como las estrategias de marketing mix internacional. Finalizando con la implantación y el control de estas actividades.

Para ello, ha seleccionado un conjunto de empresas que cumplieran una serie de requisitos de tal modo que permitieran ilustrar todos los fenómenos citados, colaborando con diversos investigadores com-

prometidos con la materia y en estrecha colaboración con las empresas tratadas.

LOS SIETE SECRETOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

D. Jacques Horovitz
Pearson Educación,S.A., 2.000, 146 pags

El libro ofrece una estrategia sistemática y actualizada basada en estudios realizados en 100 empresas, para la mejora del servicio al cliente. Va guiando al lector paso a paso par aplicar los procedimientos más idóneos según las características y condiciones de cada empresa y superar aquellas dificultades que puedan surgir.

A lo largo de sus siete capítulos o secretos proporciona las claves para competir a partir de la diferenciación en la atención al cliente y desvela la necesidad de crear una "cultura de servicio" con programas de fidelización para aumentar la satisfacción de los clientes. El continuo crecimiento de Internet y del comercio electrónico está provocando un profundo impacto en las estrategias de servicio. La forma de comunicación con los cliente ha sufrido un enorme cambio y las empresas deben aprender a dialogar con ellos sin haberlos visto nunca. Hoy más que nunca tanto el comercio convencional como el e-Commerce requieren ideas innovadoras para la mejora del servicio Horovitz se las da en este libro.

MANUAL PRACTICO DE GESTION DE TESORERIA DE EMPRESAS

D. Josu Imanol Delgado Ugarte
Díaz de Santos Ediciones, 2000, 252 pags.

La globalización de la economía y la creciente competitividad en el mercado está obligando a las empresas a gestionar más exigentemente todos sus recursos. El cambio afecta a todas las áreas de la empresa, pero este libro pretende ayudar a gestionar eficazmente la tesorería de la misma. Y entiendo que lo consigue pues el lector se va encontrar ante un verdadero Manual que le va a permitir adentrarse sin dificultad en una función desconocida hasta hace unos años, pero que actualmente resulta imprescindible para cualquier empresa.

En este mundo cambiante en el que nos está tocando vivir y en el que la función financiera cada vez tiene mayor protagonismo, estoy seguro de que el trabajo desarrollado por el doctor Josu Imanol Delgado será de gran utilidad,convirtiéndose en un referente básico para todos aquellos interesados en la mejora de la gestión de la tesorería, y , en último término, en el éxito de la empresa.

SISTEMAS FINANCIEROS ANTE LA GLOBALIZACIÓN

D. Manuel Guitan; D. Félix Varela.Coordinadores
Ediciones Pirámide, 2000, 240 pags.

Una de las características de la economía internacional de la última década es la aparición de un nuevo tipo de crisis monetaria en la que los movimientos de capital y las modificaciones de los tipos de cambio ocupan un papel determinante. Además, dichas crisis ocurren con mucha frecuencia y originan fenómenos de contagio que las transmiten con gran rapidez de unos países a otros, algunos de los cuales las experimentan a pesar de no mostrar desequilibrios relevantes.

En esta obra se recogen los temas presentados en una reunión de expertos que se celebró en Madrid para tratar un asunto de tanta actualidad como el de las crisis monetarias y financieras. Los coordinadores de la obra han realizado n la introducción un gran trabajo que permite tener una visión global de lo expuesto a lo largo del libro por los diferentes autores.

DIRECCIÓN PRACTICA DE RECURSOS HUMANOS

D. Andrés Mínguez Vela
ESIC Editorial, 2.000;168 pags

Se trata de un libro en el que el autor logra ofrecer una visión presente y futura de la dirección de los Recursos Humanos en la empresa. Para ello, y en primer lugar, muestra una metodología para identificar los problemas clave relacionados con el personal de una organización. A continuación expone con claridad una serie de herramientas de gestión entre las que cabe destacar los índices de un "Manual de Acogida" y de un cuestionario-guía para llevar a cabo una entrevista de "Evolución" (no "evaluación") del desempeño.

Pero quizá lo que más llame la atención son las conclusiones y las tendencias a las que el autor llega después de analizar los contenidos precedentes.De entre todas se destaca el teletrabajo (en cualquiera de sus múltiples manifestaciones) y la progresiva utilización de la vía telemática para la captación y selección de personal.

DIRECCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA

D. Jaime Manera; D. Enrique Pérez;
D. Carmelo Mercado
ESIC Editorial, 2.000; 245 pags

Introducirse en el mundo de las ventas personales requiere nociones suficientes sobre dos áreas con-

cretas de la disciplina. Por un lado, la dirección de ventas y, por otro, las técnicas de ventas o nociones básicas y fundamentales para ejercer y resolver el trabajo diario.

Los autores abordan en este título la dirección de ventas desde su concepto, responsabilidades, funciones y tareas, entrando en detalle en los objetivos de venta, la planificación de ventas y la gestión de la fuerza de ventas, y dedicando apartados específicos a cada uno de estos hitos de la dirección. Las técnicas de venta se abordan siguiendo los pasos y etapas de venta, desde la prospección de posibles compradores, hasta el seguimiento de la venta y de los clientes, coronando esta parte con las relaciones interpersonales, en que se revisan las motivaciones y la comunicación interpersonal, verbal y no verbal.

GESTION POR CATEGORÍAS Y TRADE MARKETING

D. Antonio Díaz Morales

Pearson Educación, S.A., 2.000, 190 pags.

Un inteligente análisis sobre la importancia de la distribución en el sector servicios actual y su tendencia irreversible a la concentración. Una llamada de atención sobre el desequilibrio existente entre industria y distribución, a favor de esta última.

El autor de esta obra defiende la modernización de dicho sector, con la puesta en práctica de un nuevo departamento de marketing Trade Marketing especializado en distribución, para lograr motivar al consumidor final. Un departamento que nace de la relación establecimiento-consumidor-comprador que se da en la actualidad.