

ECONOMÍA y ADMINISTRACIÓN

CATÁLOGO 2020



- Contabilidad
- Finanzas
- Administración
- Derecho
- Economía
- Matemáticas
- Mercadotecnia
- Recursos humanos
- Ética
- Turismo
- Investigación

REFERENCIA PROFESIONAL

- Alta dirección
- Creatividad y desarrollo emprendedor
- Formación personal
- Liderazgo
- Negocios
- Producción y manufactura
- Tecnología

¡ELIGE TUS LIBROS Y CREAMOS TU BIBLIOTECA DIGITAL!

Arma tu biblioteca digital con la **elección del contenido** que sea interesante para tu institución: libro por libro o paquete de suscripción.

Podrás seleccionar entre un catálogo de los **19 sellos** que componen los grupos editoriales de **EDICIONES LAROUSSE**, **GRUPO ANAYA** y **PATRIA EDUCACIÓN**.

Nuestros **modelos de compra flexibles** garantizarán buenas estadísticas de uso que te permitirán renovar tus libros al final de cada periodo.

Nos adaptamos a tus presupuestos con nuestras tarifas **multiusuario** y **monousuario** que proporcionan un beneficio para tu institución.

Te invitamos a pedir más información para conocer todos nuestros **valores añadidos**.

MARCADORES

SUBRAYADOS

NOTAS

IMPRESIÓN
5% total del libro

GESTOR DE CITAS
APA MLA CHICAGO

FUNCIONALIDADES



GRUPO ANAYA



Alianza editorial CÁTEDRA

EDICIONES PIRÁMIDE



ON-LINE



OFF-LINE



MODO DE LECTURA



Te invitamos a conocer nuestra tienda digital:

digital.latiendadellibrero.com



Podrás acceder a nuestro catálogo de más de **3000 títulos** exclusivamente en idioma **español**.

más de **3000**
títulos disponibles
a tu alcance

Busca el libro que más te interese a través de las más de **80 categorías** en las que están clasificados.

Cuando lo encuentres, puedes adquirirlo en **5 diferentes modelos** que te permitirán disfrutar tu lectura por el tiempo que necesites.

E 2 Express 2 ● Renta por 48 horas

E 15 Express 15 ● Renta por 15 días

E 30 Express 30 ● Renta por 1 mes

E 180 Express 180 ● Renta por 1 semestre

S 2 Suscripción ● Uso por 2 años

¡Tenemos un modelo adecuado para ti!

Economía y administración

CATÁLOGO 2020



Hoy día vivimos en un mundo en constante movimiento, y por ende, de grandes y marcados cambios, donde la educación juega un papel muy importante en el desarrollo económico, social, industrial, tecnológico y político de cada uno de los países del orbe. Con base en esta premisa y con el propósito de contribuir al desarrollo de México y de otros países de Latinoamérica, Patria Educación se ha dado a la tarea de conformar un muy completo catálogo universitario, que apoya a los futuros profesionistas en su vida académica.

En este nuevo catálogo 2020, enriquecido y renovado, destacan importantes títulos de autores nacionales de gran prestigio académico y una sólida trayectoria profesional y laboral, así como traducciones de reconocidos libros de texto; esto nos hace una empresa competitiva en el mundo de los libros. También pone a su disposición la colección de títulos digitales en el área para facilitar su uso en los nuevos dispositivos tecnológicos.

En cada una de las páginas de este catálogo, el lector, sin duda, encontrará diversos y variados títulos que le serán de gran utilidad en sus estudios universitarios o en su vida profesional.

Asimismo, contamos con una nueva colección de libros, como las diferentes publicaciones que conforman la Serie Universitaria Patria, que en poco tiempo se ha consolidado como una herramienta de gran utilidad para los estudiantes universitarios para la preparación de sus exámenes. Además, contamos con novedades como: *Prácticas de contabilidad*, *Microeconomía*, *Administración estratégica*, *Gestión de costos y precios* y *Matemáticas aplicadas a los negocios*, así como títulos clásicos como *Contabilidad Básica*, *Hotelería*, *Teoría general de la administración* y ahora libros electrónicos como *Prontuario de finanzas empresarial*.

En Patria Educación tenemos la firme convicción de que el catálogo que tiene en sus manos es un compendio completo de obras de gran valor académico, que sin duda cubrirán sus expectativas y necesidades con la calidad que usted merece.

¡Nuestro compromiso es la educación!

Contenido

Economía y Administración

PRÁCTICAS DE CONTABILIDAD. 2A ED. AGUILAR LÁMBARRY, HANNI ANGÉLICA	1	CONTABILIDAD SUPERIOR. EDICIÓN ACTUALIZADA CON LAS NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN	3
PRÁCTICAS DE CONTABILIDAD INTERMEDIA. TOMO II AGUILAR LÁMBARRY, HANNI ANGÉLICA	1	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES. 4A ED. MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN	4
CONTABILIDAD PARA ADMINISTRADORES GUERRERO REYES, JOSÉ CLAUDIO GALINDO ALVARADO, JOSÉ FERNANDO	1	GESTIÓN DE COSTOS Y PRECIOS LÓPEZ ALCÁNTARA, MARTHA B. GÓMEZ AGUNDIZ, XOCHITL	4
CONTABILIDAD DE SOCIEDADES. TEORÍA Y PRÁCTICA AGUILAR LÁMBARRY, HANNI ANGÉLICA	2	PRESUPUESTOS LÓPEZ ALCÁNTARA, MARTHA B. GÓMEZ AGUNDIZ, XOCHITL	4
CONTABILIDAD DE SOCIEDADES ÁLVAREZ ROCHA, ROSARIO MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO	2	CONTABILIDAD Y ANÁLISIS DE COSTOS. 2A ED. ARREDONDO GONZÁLEZ, MA. MAGDALENA	5
CONTABILIDAD AVANZADA ALVAREZ ROCHA, ROSARIO MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO	2	PRÁCTICAS DE COSTOS VARGAS MORENO, MA. DE LOS ÁNGELES ÁVILA RODRÍGUEZ, LAURA	5
CONTABILIDAD BÁSICA. 4A EDICIÓN. ACTUALIZADA CON LAS NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN	3	CONTABILIDAD INTERMEDIA GARCÍA PADILLA, VÍCTOR M.	5
CONTABILIDAD DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN	3	CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL GALINDO ALVARADO, JOSÉ FERNANDO	6
		CRÉDITO Y COBRANZA MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO MORALES CASTRO, ARTURO	6

IMPUESTOS. TRIBUTACIÓN DE PERSONAS MORALES Y PERSONAS FÍSICAS			
GALINDO ALVARADO, JOSÉ FERNANDO	6		
FUNDAMENTOS DE AUDITORÍA			
ESPINO GARCÍA, GABRIEL	7		
PROYECTOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN			
BACA URBINA, GABRIEL	7		
PROYECTOS DE INVERSIÓN. FUNDAMENTOS DE EVALUACIÓN			
GERARDO, FRANCISCO	7		
PRONTUARIO DE FINANZAS EMPRESARIALES			
MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN	8		
ESTRATEGIAS FINANCIERAS EMPRESARIALES			
GARCÍA NAVA, JOSÉ ALBERTO PAREDES HERNÁNDEZ, LUDGAR MELING	8		
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA			
MORALES CASTRO, ARTURO MORALES CASTRO, JOSÉ A. ALCOCER MARTÍNEZ, FIDEL R.	8		
PLANEACIÓN FINANCIERA			
MORALES CASTRO, ARTURO MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO	9		
ANÁLISIS FINANCIERO. UN ENFOQUE INTEGRAL			
GARCÍA PADILLA, VÍCTOR	9		
ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS. INTERPRETACIÓN Y TOMA DE DECISIONES			
GARCÍA PADILLA, VÍCTOR	9		
INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS. 2A ED.			
GARCÍA PADILLA, VÍCTOR	10		
INGENIERÍA FINANCIERA			
BACA URBINA, GABRIEL MARCELINO ARANDA, MARIANA	10		
PROCESO ADMINISTRATIVO. 3A ED.			
LUNA GONZÁLEZ, ALFREDO	10		
TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN. 2A ED.			
TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS	11		
ADMINISTRACIÓN INTEGRAL. HACIA UN ENFOQUE DE PROCESOS			
BACA URBINA, GABRIEL, <i>ET AL.</i>	11		
EL LÍDER EMPRESARIAL A TRAVÉS DE UNA VENTAJA COMPETITIVA LABORAL			
HERNÁNDEZ HERRERA, JUAN JUÁREZ SUÁREZ, CARLOS ANTONIO	11		
GESTIÓN E INNOVACIÓN TOTAL DEL CAPITAL HUMANO			
NAUMOV GARCÍA, SERGIO	12		
PLANEACIÓN E INTEGRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. CAPITAL HUMANO, 2A ED.			
GONZÁLEZ, MARTÍN OLIVARES, SOCORRO	12		
PLANEACIÓN Y CONTROL. UNA VISIÓN INTEGRAL DE LA ADMINISTRACIÓN			
TORRES, ZACARÍAS TORRES, HELI	12		
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS			
TORRES, ZACARÍAS TORRES, HELI, <i>ET AL.</i>	13		
PLAN ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS			
LUNA GONZÁLEZ, ALFREDO C.	13		
ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN			
GUERRA MUÑOZ, FERNANDO	13		
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, 2A ED.			
LUNA GONZÁLEZ, ALFREDO C.	14		
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA			
TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS	14		
ADMINISTRACIÓN DE COMPRAS. ADQUISICIONES Y ABASTECIMIENTO			
SANGRI CORAL, ALBERTO	14		
ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD. NUEVAS PERSPECTIVAS			
MARCELINO ARANDA, MARIANA RAMÍREZ HERRERA, DANIA	15		
INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO. 2A ED.			
FLORES SALGADO, LUCERITO LUDMILA	15		
DERECHO LABORAL Y LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS			
HERNÁNDEZ HERRERA, JUAN JUÁREZ SUÁREZ, CARLOS ANTONIO	15		
DERECHO CORPORATIVO EMPRESARIAL			
ARIAS PURÓN, RICARDO TRAVIS	16		
DERECHO INFORMÁTICO			
FLORES SALGADO, LUCERITO	16		
DERECHO MERCANTIL. PARTE GENERAL Y SOCIEDADES			
PAREDES SÁNCHEZ, LUIS EDUARDO MEADE HERVERT, OLIVER	16		
DERECHO MERCANTIL			
ARIAS PURÓN, RICARDO TRAVIS	17		
GLOSARIO DE TÉRMINOS JURÍDICOS			
ALFARO JIMÉNEZ, VÍCTOR LEÓN MELÉNDEZ, GEORGE NARES RODRÍGUEZ, GUILLERMO	17		
DERECHO CONSTITUCIONAL. SISTEMA CONSTITUCIONAL MEXICANO			
AGUILAR BALDERAS, LIDIA	17		
DERECHO FISCAL			
DORANTES, LUIS FELIPE DE LA MORA, LUIS ALBERTO	18		
CONCEPTOS JURÍDICOS FUNDAMENTALES. DERECHO			
ARIAS PURÓN, RICARDO	18		
NEGOCIOS INTERNACIONALES. EN UN MUNDO GLOBALIZADO			
CUE MANCERA, AGUSTÍN	18		

MICROECONOMÍA. LA ECONOMÍA EN LA EMPRESA MÉNDEZ MORALES, JOSÉ SILVESTRE	19	ADMINISTRACIÓN INFORMÁTICA I. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN SOLARES, PEDRO BACA, GABRIEL ACOSTA, ELIZABETH	24
FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. ECONOMÍA DE LA EMPRESA. SERIE UNITEC CUE MANCERA, AGUSTÍN QUINTANA ROMERO, LUIS	19	MERCADOTECNIA DIGITAL. UNA DESCRIPCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS QUE APOYAN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE TODA INNOVACIÓN DE CAMPAÑA WEB MEJÍA TREJO, JUAN	25
PROBLEMARIO DE MACROECONOMÍA VIRUETE ROJAS, JUAN LUIS	19	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA SANTESMASES, MESTRE MIGUEL VALDERREY, FRANCISCO SÁNCHEZ, ADRIANA	25
FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. LIBRO Y GUÍA GREGORY, PAUL A.	20	INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA SANGRI CORAL, ALBERTO	25
FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA CUE MANCERA, AGUSTÍN QUINTANA ROMERO, LUIS	20	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS TORRES MORALES, VIRGILIO	26
MACROECONOMÍA CUE MANCERA, AGUSTÍN	20	MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS. PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA PEDRAZA RENDÓN, ÓSCAR HUGO	26
MICROECONOMÍA CUE MANCERA, AGUSTÍN	21	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. UN ENFOQUE LATINOAMERICANO GONZÁLEZ, MARTÍN OLIVARES, SOCORRO	26
INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA. UN ENFOQUE INTEGRAL PARA MÉXICO CUE MANCERA, AGUSTÍN QUINTANA ROMERO, LUIS	21	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL ALVARADO RUIZ, LETICIA	27
INTRODUCCIÓN A LA MACROECONOMÍA. UN ENFOQUE INTEGRAL PARA MÉXICO CUE MANCERA, AGUSTÍN QUINTANA ROMERO, LUIS	21	DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS TORRES MARTÍNEZ, ALBERTO	27
ECONOMÍA INTERNACIONAL CUE MANCERA, AGUSTÍN	22	PSICOLOGÍA DEL TRABAJO OLIVARES, SOCORRO GONZÁLEZ, MARTÍN	27
COMERCIO INTERNACIONAL VÁZQUEZ SANDOVAL, MANUEL MADRIGAL PRECIADO, RAÚL JAVIER	22	SUELDOS, SALARIOS, INCENTIVOS Y PRESTACIONES. ADMINISTRACIÓN DE LA COMPENSACIÓN JUÁREZ HERNÁNDEZ, OTHÓN CARRILLO, ERICKA	28
LA SEGURIDAD COLECTIVA INTERNACIONAL MONTES, TOMÁS	22	INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS	28
GEOGRAFÍA ECONÓMICA DE MÉXICO GARCÍA LÓPEZ, YAHIR G.	23	HOTELERÍA. 4A ED. BÁEZ, SIXTO	28
MATEMÁTICAS FINANCIERAS. CON APLICACIONES EN EXCEL, 3A ED. RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA	23	INTRODUCCIÓN AL TURISMO GUERRERO GONZÁLEZ, PERLA E. MENDOZA RAMOS, JOSÉ ROBERTO	29
MATEMÁTICAS APLICADAS A LOS NEGOCIOS RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA	23	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CRUZ DEL CASTILLO, CINTHIA OLIVARES OROZCO, SOCORRO GONZÁLEZ GARCÍA, MARTÍN	29
ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRACIÓN. 2A ED. RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA	24	DESARROLLO SUSTENTABLE. UN NUEVO MAÑANA, 2A ED. ESTRELLA SUÁREZ, MA. VERÓNICA GONZÁLEZ VÁZQUEZ, ARTURO	29
ESTADÍSTICA APLICADA II. ESTADÍSTICA EN ADMINISTRACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA	24		

Referencia Profesional

TRANSFORMACIÓN GERENCIAL		
MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, FELIPE	31	
PARA ENTENDER A MICHAEL PORTER. GUÍA ESENCIAL HACIA LA ESTRATEGIA Y LA COMPETENCIA		
MAGRETTA, JOAN	31	
ESTRATEGIA COMPETITIVA. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LOS SECTORES INDUSTRIALES Y DE LA COMPETENCIA		
PORTER, MICHAEL E.	31	
LOS 27 RETOS QUE ENFRENTAN LOS DIRECTIVOS. SOLUCIONES GRADUALES A (CASI) TODOS SUS PROBLEMAS GERENCIALES		
TULGAN, BRUCE	32	
INTELIGENCIA DIRECTIVA. APLICACIONES PRÁCTICAS EN LA FUNCIÓN DE DIRECCIÓN ORGANIZACIONAL		
ORTEGA REYES, ANTONIO OSWALDO	32	
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. LO QUE TODO DIRECTOR DEBE SABER		
STEINER, GEORGE A.	32	
SOLUCIONES OCULTAS A SU ALREDEDOR. POR QUÉ ALGUNOS PODEMOS VERLAS Y OTROS NO		
CASTRO, DANIEL R.	33	
DE EMPRENDEDOR A EMPRESARIO: HAGA QUE SU NEGOCIO ¡SEA NEGOCIO!		
AGUILAR, SILVIA OCAMPO, LUIS (COORDINADORES) GUILLÉN VALENCIA, ÁNGEL DAVID TUSSIE CONTRERAS, NATALIA LÓPEZ AGUILAR, DANIEL MONTIEL MORALES, DANIEL OLIVARES Y LARRAGUIVEL, DELFINO JAVIER PASQUEL ROBLES, RENATO FERRER ALMAZÁN, ADOLFO	33	
VENTAJA COMPETITIVA. CREACIÓN Y SOSTENIMIENTO DE UN DESEMPEÑO SUPERIOR		
PORTER, MICHAEL E.	33	
CÓMO COMPETIR PARA GANAR. DESENTRAÑANDO EL MAYOR RETO EN LOS NEGOCIOS		
SOTOMAYOR, JESÚS M. GRAU, JUAN	34	
EL PATIO DE JUEGOS DE LOS NEGOCIOS. DONDE COLISIONAN CREATIVIDAD Y COMERCIO		
STERWART, DAVE SIMMONS, MARK	34	
DE AGOBIADA A ACAUDALADA. GUÍA PARA EL ÉXITO FINANCIERO SIN ESTRÉS		
CAMPBELL, CHELLIE	34	
EL FUTURO DEL MUNDO. LECCIONES DE DEMOGRAFÍA Y SOCIOECONOMÍA PARA 2032		
LAURENT, CLINT	35	
BAJO LA SUPERFICIE. MI HISTORIA		
PHELPS, MICHAEL, CON CAZENEUVE, BRIAN	35	
EL SÍ VIVE EN LA TIERRA DEL NO		
GALLAGHER, B. J. VENTURA, STEVE	35	
LECCIONES DE SUPERVIVENCIA DESDE EL SERENGETI. 7 HABILIDADES PARA DOMINAR LOS NEGOCIOS Y LA VIDA		
SWANEPOEL, STEFAN	38	
MAPAS MENTALES PARA LOS NEGOCIOS. REVOLUCIONE SU MANERA DE PENSAR Y HACER NEGOCIOS		
BUZAN, TONY	38	
COMPROMISO EXCEPCIONAL. LECCIONES DE LOS SEAL PARA LIDERAR SU EMPRESA		
WILLINK, JOCKO BABIN, LEIF	38	
CONVERSACIONES CON EL PODER. LO QUE LOS GRANDES PRESIDENTES Y PRIMEROS MINISTROS NOS PUEDEN ENSEÑAR ACERCA DEL LIDERAZGO		
TILL, BRIAN MICHAEL	39	
MADRE TERESA. PRINCIPIOS INESPERADOS PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL		
BOSE, RUMA FAUST, LOU	39	
SECRETOS DE VENTAS, MARKETING E INTERNET. LA GUÍA OCULTA Y ALTERNATIVA PARA HACER CRECER SU NEGOCIO EN LÍNEA		
BRUNSON, RUSSELL	39	
¿QUIÉN SE HA LLEVADO A MI CLIENTE? ESTRATEGIAS CLAVE PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES		
THOMPSON, HARVEY	40	
¡TU CLIENTE MANDA! CÓMO PROPORCIONAR LAS EXPERIENCIAS ME2B QUE EXIGEN LOS CLIENTES DE HOY		
PRICE, BILL JAFFE, DAVID	40	
DEJE DE VENDER. Y CONÉCTESE CON LOS CLIENTES		
STRATTEN, SCOTT KRAMER, ALISON	40	
ERRORES Y ACIERTOS DEL MARKETING. 2A ED.		
HARTLEY, ROBERT F.† CLAYCOMB, CINDY	41	
LAS 20 P DEL MARKETING		
PEARSON, DAVID	41	
E-X-I-T-O. SU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL EN 5 PASOS		
KUTCHERA, JOE CON GARCÍA, HILDA FERNÁNDEZ, ALONSO	41	
BRAND SENSE. CONVIERTA SU MARCA EN UNA EXPERIENCIA DE CINCO SENTIDOS		
LINDSTROM, MARTIN	42	
EMOTIONOMICS. EL PODER DE LAS EMOCIONES PARA EL ÉXITO EN LOS NEGOCIOS		
HILL, DAN	42	

<p>LA GENERACIÓN  QUIERE MÁS QUE MARCAS COOL VAN DEN BERGH, JOERI BEHRER, MATTIAS</p>	42	<p>SABOTAJE SIMPLE. UN MANUAL DE CAMPO MODERNO PARA DETECTAR Y ELIMINAR CONDUCTAS COMUNES QUE DAÑAN SU ORGANIZACIÓN GALFORD, ROBERT M. FRISCH, BOB GREENE, CARY</p>	45
<p>MERCADOTECNIA DE BOCA EN BOCA. HAGA QUE HABLEN DE USTED SERNOVITZ, ANDY</p>	43	<p>NO TODO EL MUNDO MERECE UN TROFEO. CÓMO LIDERAR <i>MILLENNIALS</i> DE MANERA EFECTIVA TULGAN, BRUCE</p>	45
<p>JUGAR PARA GANAR. NINTENDO Y EL RESURGIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE VIDEOJUEGOS SLOAN, DANIEL</p>	43	<p>¡BASTA DE VERNOS ASÍ! CÓMO HACER MEJORES JUNTAS EN MENOS TIEMPO AXELROD, RICHARD (DICK) H. AXELROD, EMILY M.</p>	46
<p>MÉTODO DE MEDIACIÓN. EN EL CORAZÓN DE LA CONCILIACIÓN SALZER, JACQUES PEKAR LEMPEREUR, ALAIN CONLSON, AURÉLIEN</p>	43	<p>ELEMENTAL, MI QUERIDO CONSULTOR. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL AL ESTILO SHERLOCK HOLMES ORTEGA REYES, ANTONIO OSWALDO</p>	46
<p>CALIDAD SIN LÁGRIMAS. EL ARTE DE ADMINISTRAR SIN PROBLEMAS CROSBY, PHILIP B.</p>	44	<p>CÓMO SER EL JEFE. LOS TRES IMPERATIVOS PARA CONVERTIRSE EN UN GRAN LÍDER HILL, LINDA A. LINEBACK, KENT</p>	46
<p>LA CALIDAD NO CUESTA. EL ARTE DE CERCIORARSE DE LA CALIDAD CROSBY, PHILIP B.</p>	44	<p>DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO DE COMERCIO INTERNACIONAL HINKELMAN, EDWARD G.</p>	47
<p>KAIZEN. LA CLAVE DE LA VENTAJA COMPETITIVA JAPONESA IMAI, MASAOKI</p>	44		
<p>NO VAYAS EN CHANCLAS A UNA ENTREVISTA DE TRABAJO. Y OTROS CONSEJOS OBVIOS QUE DEBERÍAS SEGUIR PARA OBTENER EL TRABAJO QUE QUIERES POWERS, PAUL</p>	45		

Índice por autor

ACOSTA, ELIZABETH	24	CAMPBELL, CHELLIE	34
AGUILAR BALDERAS, LIDIA	17	CARRILLO, ERICKA	28
AGUILAR LÁMBARRY, HANNI ANGÉLICA	1, 2	CASTRO, DANIEL R.	33
AGUILAR, SILVIA	33	CAZENEUVE, BRIAN	35
ALCOCER MARTÍNEZ, FIDEL R.	8	CLAYCOMB, CINDY	41
ALFARO JIMÉNEZ, VÍCTOR LEÓN	17	COLSON, AURÉLIEN	43
ALVARADO RUIZ, LETICIA	27	CROSBY, PHILIP B.	44
ÁLVAREZ ROCHA, ROSARIO	2	CRUZ DEL CASTILLO, CINTHIA	29
ARIAS PURÓN, RICARDO	16, 17, 18	CUE MANCERA, AGUSTÍN	18, 19, 20, 21, 22
ARREDONDO GONZÁLEZ, MA. MAGDALENA	5	DE LA MORA, LUIS ALBERTO	18
ÁVILA RODRÍGUEZ, LAURA	5	DORANTES, LUIS FELIPE	18
AXELROD, EMILY M.	46	ESPINO GARCÍA, GABRIEL	7
AXELROD, RICHARD (DICK) H.	46	ESTRELLA SUÁREZ, MA. VERÓNICA	29
BABIN, LEIF	38	FAUST, LOU	39
BACA URBINA, GABRIEL	7, 10, 11, 24	FERNÁNDEZ, ALONSO	41
BÁEZ, SIXTO	28	FERRER ALMAZÁN, ADOLFO	33
BEHRER, MATTIAS	42	FLORES SALGADO, LUCERITO LUDMILA	15, 16
BOSE, RUMA	39	FRISCH, BOB	45
BRUNSON, RUSSELL	39	GALFORD, ROBERT M.	45
BUZAN, TONY	38	GALINDO ALVARADO, JOSÉ FERNANDO	1, 6

ÍNDICE POR AUTOR

GALLAGHER, B. J.	35	MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, FELIPE	31
GARCÍA LÓPEZ, YAHIR G.	23	MEADE HERVERT, OLIVER	16
GARCÍA NAVA, JOSÉ ALBERTO	8	MEJÍA TREJO, JUAN	25
GARCÍA PADILLA, VÍCTOR	5, 9, 10	MÉNDEZ MORALES, JOSÉ SILVESTRE	19
GARCÍA, HILDA	41	MENDOZA RAMOS, JOSÉ ROBERTO	29
GERARDO, FRANCISCO	7	MONTES, TOMÁS	22
GÓMEZ AGUNDIZ, XOCHITL	4	MONTIEL MORALES, DANIEL	33
GONZÁLEZ GARCÍA, MARTÍN	29	MORALES CASTRO, ARTURO	6, 8, 9
GONZÁLEZ VÁZQUEZ, ARTURO	29	MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO	2, 6, 8, 9
GONZÁLEZ, MARTÍN	12, 26, 27	MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN	3, 4, 8
GRAU, JUAN	34	NARES RODRÍGUEZ, GUILLERMO	17
GREENE, CARY	45	NAUMOV GARCÍA, SERGIO	12
GREGORY, PAUL A.	20	OCAMPO, LUIS	33
GUERRA MUÑOZ, FERNANDO	13	OLIVARES Y LARRAGUIVEL, DELFINO JAVIER	33
GUERRERO GONZÁLEZ, PERLA E.	29	OLIVARES, SOCORRO	12, 26, 27, 29
GUERRERO REYES, JOSÉ CLAUDIO	1	ORTEGA REYES, ANTONIO OSWALDO	32, 46
GUILLÉN VALENCIA, ÁNGEL DAVID	33	PAREDES HERNÁNDEZ, LUDGAR MELING	8
HARTLEY, ROBERT F.	41	PAREDES SÁNCHEZ, LUIS EDUARDO	16
HERNÁNDEZ HERRERA, JUAN	11, 15	PASQUEL ROBLES, RENATO	33
HILL, DAN	42	PEARSON, DAVID	41
HILL, LINDA A.	46	PEDRAZA RENDÓN, OSCAR HUGO	26
HINKELMAN, EDWARD G.	47	PEKAR LEMPEREUR, ALAIN	43
IMAI, MASA AKI	44	PHELPS, MICHAEL	35
JAFFE, DAVID	40	PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC	23, 24
JUÁREZ HERNÁNDEZ, OTHÓN	28	PORTER, MICHAEL E.	31, 33
JUÁREZ SUÁREZ, CARLOS ANTONIO	11, 15	POWERS, PAUL	45
KRAMER, ALISON	40	PRICE, BILL	40
KUTCHERA, JOE	41	QUINTANA ROMERO, LUIS	19, 20, 21
LAURENT, CLINT	35	RAMÍREZ HERRERA, DANIA	15
LEÓN MELÉNDEZ, GEORGE	17	RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS	23, 24
LINDSTROM, MARTIN	42	RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA	23, 24
LINEBACK, KENT	46	SALZER, JACQUES	43
LÓPEZ AGUILAR, DANIEL	33	SÁNCHEZ, ADRIANA	25
LÓPEZ ALCÁNTARA, MARTHA B.	4	SANGRI CORAL, ALBERTO	14, 25
LUNA GONZÁLEZ, ALFREDO C.	10, 13, 14	SANTESMASES, MESTRE MIGUEL	25
MADRIGAL PRECIADO, RAÚL JAVIER	22	SERNOVITZ, ANDY	43
MAGRETTA, JOAN	31	SIMMONS, MARK	34
MARCELINO ARANDA, MARIANA	10, 15	SLOAN, DANIEL	43

SOLARES, PEDRO	24	TORRES, HELI	12, 13
SOTOMAYOR, JESÚS M.	34	TULGAN, BRUCE	32, 45
STEINER, GEORGE A.	32	TUSSIE CONTRERAS, NATALIA	33
STERWART, DAVE	34	VALDERREY, FRANCISCO	25
STRATTEN, SCOTT	40	VAN DEN BERGH, JOERI	42
SWANEPOEL, STEFAN	38	VARGAS MORENO, MA. DE LOS ÁNGELES	5
THOMPSON, HARVEY	40	VÁZQUEZ SANDOVAL, MANUEL	22
TILL, BRIAN MICHAEL	39	VENTURA, STEVE	35
TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS	11, 12, 13, 14, 27, 28	VIRUETE ROJAS, JUAN LUIS	19
TORRES MARTÍNEZ, ALBERTO	27	WILLINK, JOCKO	38
TORRES MORALES, VIRGILIO	26		

Índice por título

¡BASTA DE VERNOS ASÍ! CÓMO HACER MEJORES JUNTAS EN MENOS TIEMPO	46	CALIDAD SIN LÁGRIMAS. EL ARTE DE ADMINISTRAR SIN PROBLEMAS	44
¡TU CLIENTE MANDA! CÓMO PROPORCIONAR LAS EXPERIENCIAS ME2B QUE EXIGEN LOS CLIENTES DE HOY	40	COMERCIO INTERNACIONAL	22
¿QUIÉN SE HA LLEVADO A MI CLIENTE? ESTRATEGIAS CLAVE PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES	40	CÓMO COMPETIR PARA GANAR. DESENTAÑANDO EL MAYOR RETO EN LOS NEGOCIOS	34
ADMINISTRACIÓN DE COMPRAS. ADQUISICIONES Y ABASTECIMIENTO	14	CÓMO SER EL JEFE. LOS TRES IMPERATIVOS PARA CONVERTIRSE EN UN GRAN LÍDER	46
ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD. NUEVAS PERSPECTIVAS	15	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. SERIE UNITEC	27
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS	13	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. UN ENFOQUE LATINOAMERICANO	26
ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	26	COMPROMISO EXCEPCIONAL. LECCIONES DE LOS SEAL PARA LIDERAR SU EMPRESA	38
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA	14	CONCEPTOS JURÍDICOS FUNDAMENTALES. DERECHO	18
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, 2A ED.	14	CONTABILIDAD AVANZADA	2
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	8	CONTABILIDAD BÁSICA. 4A EDICIÓN. ACTUALIZADA CON LAS NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA	3
ADMINISTRACIÓN INFORMÁTICA I. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN	24	CONTABILIDAD DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA	3
ADMINISTRACIÓN INTEGRAL. HACIA UN ENFOQUE DE PROCESOS	11	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES	2
ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS. INTERPRETACIÓN Y TOMA DE DECISIONES	9	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES. 4A ED.	4
ANÁLISIS FINANCIERO. UN ENFOQUE INTEGRAL	9	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES. TEORÍA Y PRÁCTICA	2
BAJO LA SUPERFICIE. MI HISTORIA	35	CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL	6
BRAND SENSE. CONVIERTA SU MARCA EN UNA EXPERIENCIA DE CINCO SENTIDOS	42		

CONTABILIDAD INTERMEDIA	5	ESTRATEGIA COMPETITIVA. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LOS SECTORES INDUSTRIALES Y DE LA COMPETENCIA	31
CONTABILIDAD PARA ADMINISTRADORES	1	ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN	13
CONTABILIDAD SUPERIOR. EDICIÓN ACTUALIZADA CON LAS NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA	3	ESTRATEGIAS FINANCIERAS EMPRESARIALES	8
CONTABILIDAD Y ANÁLISIS DE COSTOS. 2A ED.	5	FUNDAMENTOS DE AUDITORÍA	7
CONVERSACIONES CON EL PODER. LO QUE LOS GRANDES PRESIDENTES Y PRIMEROS MINISTROS NOS PUEDEN ENSEÑAR ACERCA DEL LIDERAZGO	39	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA	20
CRÉDITO Y COBRANZA	6	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. ECONOMÍA DE LA EMPRESA. SERIE UNITEC	19
DE AGOBIADA A ACAUDALADA. GUÍA PARA EL ÉXITO FINANCIERO SIN ESTRÉS	34	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. LIBRO Y GUÍA	20
DE EMPRENDEDOR A EMPRESARIO: HAGA QUE SU NEGOCIO ¡SEA NEGOCIO!	33	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA	25
DEJE DE VENDER. Y CONÉCTESE CON LOS CLIENTES	40	GEOGRAFÍA ECONÓMICA DE MÉXICO	23
DERECHO CONSTITUCIONAL. SISTEMA CONSTITUCIONAL MEXICANO	17	GESTIÓN DE COSTOS Y PRECIOS	4
DERECHO CORPORATIVO EMPRESARIAL	16	GESTIÓN E INNOVACIÓN TOTAL DEL CAPITAL HUMANO	12
DERECHO FISCAL	18	GLOSARIO DE TÉRMINOS JURÍDICOS	17
DERECHO INFORMÁTICO	16	HOTELERÍA. 4A ED.	28
DERECHO LABORAL Y LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	15	IMPUESTOS. TRIBUTACIÓN DE PERSONAS MORALES Y PERSONAS FÍSICAS	6
DERECHO MERCANTIL	17	INGENIERÍA FINANCIERA	10
DERECHO MERCANTIL. PARTE GENERAL Y SOCIEDADES	16	INTELIGENCIA DIRECTIVA. APLICACIONES PRÁCTICAS EN LA FUNCIÓN DE DIRECCIÓN ORGANIZACIONAL	32
DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO. SERIE UNITEC	27	INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA	28
DESARROLLO SUSTENTABLE. UN NUEVO MAÑANA, 2A ED.	29	INTRODUCCIÓN A LA MACROECONOMÍA. UN ENFOQUE INTEGRAL PARA MÉXICO	21
DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO DE COMERCIO INTERNACIONAL	47	INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA	25
E-X-I-T-O. SU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL EN 5 PASOS	41	INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA. UN ENFOQUE INTEGRAL PARA MÉXICO	21
ECONOMÍA INTERNACIONAL	22	INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS. 2A ED.	10
EL FUTURO DEL MUNDO. LECCIONES DE DEMOGRAFÍA Y SOCIOECONOMÍA PARA 2032	35	INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO. 2A ED.	15
EL LÍDER EMPRESARIAL A TRAVÉS DE UNA VENTAJA COMPETITIVA LABORAL	11	INTRODUCCIÓN AL TURISMO	29
EL PATIO DE JUEGOS DE LOS NEGOCIOS. DONDE COLISIONAN CREATIVIDAD Y COMERCIO	34	JUGAR PARA GANAR. NINTENDO Y EL RESURGIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE VIDEOJUEGOS	43
EL SÍ VIVE EN LA TIERRA DEL NO	35	KAIZEN. LA CLAVE DE LA VENTAJA COMPETITIVA JAPONESA	44
ELEMENTAL, MI QUERIDO CONSULTOR. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL AL ESTILO SHERLOCK HOLMES	46	LA CALIDAD NO CUESTA. EL ARTE DE CERCORARSE DE LA CALIDAD	44
EMOTIONOMICS. EL PODER DE LAS EMOCIONES PARA EL ÉXITO EN LOS NEGOCIOS	42	LA GENERACIÓN ♾ QUIERE MÁS QUE MARCAS COOL	42
ERRORES Y ACIERTOS DEL MARKETING. 2A ED.	41	LA SEGURIDAD COLECTIVA INTERNACIONAL	22
ESTADÍSTICA APLICADA II. ESTADÍSTICA EN ADMINISTRACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES	24	LAS 20 P DEL MARKETING	41
ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRACIÓN. 2A ED.	24	LECCIONES DE SUPERVIVENCIA DESDE EL SERENGETI. 7 HABILIDADES PARA DOMINAR LOS NEGOCIOS Y LA VIDA	38
		LOS 27 RETOS QUE ENFRENTAN LOS DIRECTIVOS. SOLUCIONES GRADUALES A (CASI) TODOS SUS PROBLEMAS GERENCIALES	32

MACROECONOMÍA	20	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. LO QUE TODO DIRECTOR <i>DEBE</i> SABER	32
MADRE TERESA. PRINCIPIOS INESPERADOS PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL	39	PLANEACIÓN FINANCIERA	9
MAPAS MENTALES PARA LOS NEGOCIOS. REVOLUCIONE SU MANERA DE PENSAR Y HACER NEGOCIOS	38	PLANEACIÓN Y CONTROL. UNA VISIÓN INTEGRAL DE LA ADMINISTRACIÓN	12
MATEMÁTICAS APLICADAS A LOS NEGOCIOS.	23	PRÁCTICAS DE CONTABILIDAD. 2A ED.	1
MATEMÁTICAS FINANCIERAS. CON APLICACIONES EN EXCEL, 3A ED.	23	PRÁCTICAS DE CONTABILIDAD INTERMEDIA. TOMO II	1
MERCADOTECNIA DE BOCA EN BOCA. HAGA QUE HABLEN DE USTED	43	PRÁCTICAS DE COSTOS	5
MERCADOTECNIA DIGITAL. UNA DESCRIPCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS QUE APOYAN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE TODA INNOVACIÓN DE CAMPAÑA WEB	25	PRESUPUESTOS	4
MÉTODO DE MEDIACIÓN. EN EL CORAZÓN DE LA CONCILIACIÓN	43	PROBLEMARIO DE MACROECONOMÍA	19
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29	PROCESO ADMINISTRATIVO. 3A ED.	10
MICROECONOMÍA	21	PRONTUARIO DE FINANZAS EMPRESARIALES	8
MICROECONOMÍA. LA ECONOMÍA EN LA EMPRESA	19	PROYECTOS DE INVERSIÓN. FUNDAMENTOS DE EVALUACIÓN	7
MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS. PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA	26	PROYECTOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN	7
NEGOCIOS INTERNACIONALES. EN UN MUNDO GLOBALIZADO	18	PSICOLOGÍA DEL TRABAJO	27
NO TODO EL MUNDO MERECE UN TROFEO. CÓMO LIDERAR <i>MILLENNIALS</i> DE MANERA EFECTIVA	45	SABOTAJE SIMPLE. UN MANUAL DE CAMPO MODERNO PARA DETECTAR Y ELIMINAR CONDUCTAS COMUNES QUE DAÑAN SU ORGANIZACIÓN	45
NO VAYAS EN CHANCLAS A UNA ENTREVISTA DE TRABAJO. Y OTROS CONSEJOS OBVIOS QUE DEBERÍAS SEGUIR PARA OBTENER EL TRABAJO QUE QUIERES	45	SECRETOS DE VENTAS, MARKETING E INTERNET. LA GUÍA OCULTA Y ALTERNATIVA PARA HACER CRECER SU NEGOCIO EN LÍNEA	39
PARA ENTENDER A MICHAEL PORTER. GUÍA ESENCIAL HACIA LA ESTRATEGIA Y LA COMPETENCIA	31	SOLUCIONES OCULTAS A SU ALREDEDOR. POR QUÉ ALGUNOS PODEMOS VERLAS Y OTROS NO	33
PLAN ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS	13	SUELDOS, SALARIOS, INCENTIVOS Y PRESTACIONES. ADMINISTRACIÓN DE LA COMPENSACIÓN	28
PLANEACIÓN E INTEGRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. CAPITAL HUMANO, 2A ED.	12	TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN. 2A ED.	11
		TRANSFORMACIÓN GERENCIAL	31
		VENTAJA COMPETITIVA. CREACIÓN Y SOSTENIMIENTO DE UN DESEMPEÑO SUPERIOR	33

PRÁCTICAS DE CONTABILIDAD. 2A ED.

■ AGUILAR LÁMBARRY, HANNI ANGÉLICA

Prácticas de contabilidad, 2a ed., está dirigido a estudiantes que cursan las asignaturas de contabilidad, con ello se pretende facilitar el aprendizaje gradual de estas asignaturas, favoreciendo el desarrollo de competencias profesionales del alumno en el transcurso de su formación en el área académica y de esa manera promover una formación profesional de calidad.

En esta nueva edición se han actualizado los ejercicios prácticos de contabilidad financiera; referencia teórica básica de la LISR y SAT, Control Interno, Ley de Títulos y Operaciones de Crédito, Código Fiscal de la Federación y Normas de Información Financiera en lo que concierne a la práctica básica se proporcionan ejercicios para la aplicación de la técnica contable, elaboración de estados financieros básicos (Estado de resultados y Estado de situación financiera), hoja de trabajo, ajustes y reclasificaciones; así como la identificación de documentos fuente, en algunos casos aplicación de las Normas de Información Financiera y concluye con una práctica integradora que les permite la realización del cierre contable en las entidades, este material se encuentra disponible en www.sali.org.mx

CONTENIDO: Unidad 1. Normatividad vigente aplicable a las entidades económicas; Contaduría Pública, Normas de Información Financiera; Unidad 2. Aplicación práctica.



- ISBN: 9786075502458
- ISBN ebook: 9786075502441
- Clave: 230372
- 414 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2019

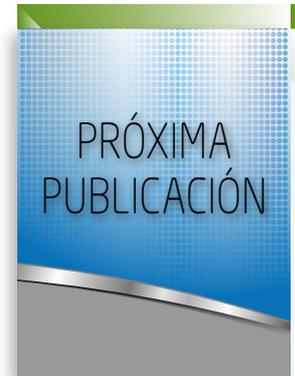


PRÁCTICAS DE CONTABILIDAD INTERMEDIA. TOMO II

■ AGUILAR LÁMBARRY, HANNI ANGÉLICA

Tiene como base la información, aplicación práctica y aprendizaje obtenido del tomo I; la continuación a esta serie de libros es el tomo II que contiene referencia teórica básica; en lo que concierne a la Contaduría Pública; en dónde se proporcionan ejercicios para la aplicación de la técnica contable, en partidas específicas de acuerdo con las Normas de Información Financiera y concluye con prácticas que proporcionan únicamente documentos fuente para la realización de la contabilidad en las entidades económicas.

CONTENIDO: 1. Efectivo: a) Control interno, Arqueo de caja (ajustes) y conciliación bancaria; 2. Cuentas por cobrar: a) documentos descontados; b) documentos endosados; 3. Inventarios: Método de valuación de inventarios; Métodos de registro de mercancías con: ventas a crédito, ventas de contado, ventas en abonos; Diversas operaciones con mercancía: Mercancías en tránsito, Moneda extranjera, Mercancías en consignación, Mercancías en comisión; 4. Pagos anticipados; 5. Intangibles; 6. Pasivo; 7. Sistema de pólizas a través de paquetería contable interna con documento fuente.



- ISBN: En trámite
- 400 páginas
- 21 × 27 cm
- 1a ed.
- Año: 2020

CONTABILIDAD PARA ADMINISTRADORES

■ GUERRERO REYES, JOSÉ CLAUDIO ■ GALINDO ALVARADO, JOSÉ FERNANDO

Esta obra tiene como finalidad brindar al lector y a los alumnos de administración los conocimientos suficientes en materia contable, lo que les permitirá tomar decisiones estratégicas en entornos económicos cambiantes, además de que coadyuvará con las organizaciones a mejorar sus rendimientos y satisfacer con efectividad las necesidades de la sociedad. La obra consta de ocho capítulos donde podrá encontrar conceptos, ejemplos y los casos prácticos más significativos en el ámbito administrativo-contable; se explica la aplicación de las Normas de Información Financiera, los distintos tipos de entidades y los Estados Financieros. De la información obtenida emana la contabilidad, así como la naturaleza, elementos y funciones que tienen las distintas cuentas. De la teoría de la partida doble y del registro de las transacciones financieras obtendremos la posibilidad de reflexionar la importancia del registro de todas las transacciones que realice el ente económico en los diversos sistemas de registro. Cada capítulo contiene ejercicios y casos prácticos para reforzar la aplicación de los conocimientos teóricos.

CONTENIDO: Introducción; Acerca de los autores; Capítulo 1. La administración en un entorno dinámico y empresarial y su relación con la Contaduría Pública; Capítulo 2. Entidades; Capítulo 3. Estados financieros; Capítulo 4. La cuenta; Capítulo 5. Partida doble. Teoría del cargo y del abono; Capítulo 6. Registro de transacciones financieras; Capítulo 7. Hoja de Trabajo; Capítulo 8. Caso práctico; Anexo.



- ISBN: 9786074383140
- ISBN ebook: 9786074388411
- Clave: 230116
- 308 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2011



CONTABILIDAD DE SOCIEDADES. TEORÍA Y PRÁCTICA

■ AGUILAR LÁMBARRY, HANNI ANGÉLICA

Contabilidad de sociedades pretende proporcionar al alumno información jurídica que fundamente los conceptos relacionados con el aspecto contable para la apertura de una sociedad mercantil en México, el procedimiento legal de su apertura y en base a la escritura social presentar algunos ejemplos prácticos de uso didáctico, para poner en práctica conocimientos legales, fiscales y contables aplicables en la apertura de una entidad económica en nuestro país, así como la transformación, fusión, disolución-liquidación y concurso mercantil de las sociedades contempladas en la Ley General de Sociedades Mercantiles; además de proporcionar en sus últimas unidades un breve reconocimiento a la asociación en participación, copropiedades, sociedades y asociaciones civiles en México. Este libro pretende proporcionar al alumno información jurídica que fundamente los conceptos relacionados con el aspecto contable para la apertura de una sociedad mercantil en México, el procedimiento legal de su apertura y en base a la escritura social presentar algunos ejemplos prácticos de uso didáctico, para poner en práctica conocimientos legales, fiscales y contables aplicables en la apertura de una entidad económica en nuestro país, así como la transformación, fusión, disolución-liquidación y concurso mercantil de las sociedades contempladas en la Ley General de Sociedades Mercantiles; además de proporcionar en sus últimas unidades un breve reconocimiento a la asociación en participación, copropiedades, sociedades y asociaciones civiles en México.

CONTENIDO: Introducción; Capítulo 1. Clasificación de las sociedades; Capítulo 2. Otras modalidades de las sociedades mercantiles (concentración de sociedades); Capítulo 3. La Bolsa Mexicana de Valores y las Sociedades mercantiles; Capítulo 4. Conocimiento integral para la constitución de una sociedad mercantil; Capítulo 5. El contrato social; Capítulo 6. Proceso legal-fiscal para la constitución de sociedades mercantiles en México; Capítulo 7. Elementos que integran el capital contable; Capítulo 8. Tecnicismos básicos que integran el capital contribuido; Capítulo 9. Proyecto de aplicación de utilidades; Capítulo 10. Aspecto general de las acciones; Capítulo 11. Emisión de obligaciones; Capítulo 12. Sociedad anónima; Capítulo 13. Sociedad cooperativa; Capítulo 14. Sociedad en comandita por acciones; Capítulo 15. Sociedad en comandita simple; Capítulo 16. Sociedad en nombre colectivo; Capítulo 17. Sociedad de responsabilidad limitada; Capítulo 18. Disolución y liquidación de sociedades; Capítulo 19. Concurso mercantil, conciliación y quiebra de sociedades; Capítulo 20. Fusión de sociedades; Capítulo 21. Escisión de sociedades; Capítulo 22. Transformación de sociedades; Capítulo 23. Asociación en participación y copropiedades; Capítulo 24. Sociedades y asociaciones civiles.



- ISBN: 9786077444022
- ISBN ebook: 9786077444862
- Clave: 230309
- 450 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2016



CONTABILIDAD DE SOCIEDADES

■ ÁLVAREZ ROCHA, ROSARIO ■ MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO

En la contabilidad de sociedades se produce la información financiera que muestra los efectos que deben registrarse en los estados financieros como consecuencia del comportamiento de una sociedad determinada que resulta de un proceso de apertura, fusión, liquidación, transformación, consolidación, o que adopta mecanismos de negocios específicos como es el caso de la franquicia. Esta información financiera está enmarcada en las NIF y los aspectos legales que guían los procesos de funcionamiento de las sociedades. Todos estos aspectos se abordan en este texto acompañado de casos prácticos y ejercicios que corroboran los conocimientos adquiridos a lo largo de la obra.

CONTENIDO: Capítulo 1. Aspectos genéricos; Capítulo 2. Sociedades mercantiles y civiles; Capítulo 3. Asamblea de socios; Capítulo 4. Modificaciones al capital, aplicaciones de utilidades y pérdidas; Capítulo 5. Disolución y liquidación de sociedades; Capítulo 6. Transformación de sociedades; Capítulo 7. Estados financieros pro forma; Capítulo 8. Estados financieros combinados; Capítulo 9. Estados financieros consolidados; Capítulo 10. Fusión de sociedades; Capítulo 11. Escisión de sociedades; Bibliografía.



- ISBN: 9786074383140
- ISBN ebook: 9786074388367
- Clave: 230126
- 308 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2011



CONTABILIDAD AVANZADA

■ ÁLVAREZ ROCHA, ROSARIO ■ MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO

Contabilidad avanzada es un libro que va enfocado para aquellos que dominando los conocimientos básicos de la contabilidad desean incrementarlos en áreas específicas. En el capítulo 1 se trabaja con la contabilidad por segmentos en las empresas; en la cual se establecen diferentes segmentos de productos, manejar grupos de empresas, etc. En el siguiente capítulo se presenta el proceso contable para desarrollar el estado de flujos de efectivo, necesario si las empresas desean planear inversiones o encontrar fuentes de financiamiento.

En el capítulo 3 se presenta el proceso contable necesario conforme a las Normas de Información Financiera para incluir los efectos de la inflación en los estados financieros. En el capítulo 4 se presentan las reglas contables que se deben observar para formular los estados financieros consolidados y combinados, mismas que se encuentran en la Norma de Información Financiera B-8. En el siguiente capítulo se ve como consolidar los estados financieros. En el capítulo 6 se estudia lo referente a las utilidades por cada acción y el proceso contable que se sigue a través del marco de las Normas de Información Financiera. Finalmente en el capítulo 7 se tratan los hechos posteriores a los estados financieros, donde se trata información importante para tomar decisiones.

CONTENIDO: Introducción; Capítulo 1. Información financiera por segmentos NIF B-5; Capítulo 2. Estado de flujos de efectivos NIF B-2; Capítulo 3. Estados de la inflación NIF B-10; Capítulo 4. Estados financieros combinados; Capítulo 5. Consolidación de estados financieros NIF B-8; Capítulo 6. Utilidad integral y utilidad por acción, Boletines B-4 y B-14; Capítulo 7. Hechos posteriores a la fecha de los estados financieros; Anexos; Bibliografía.



- ISBN: 9786074386691
- ISBN ebook: 9786074388862
- Clave: 230271
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2013

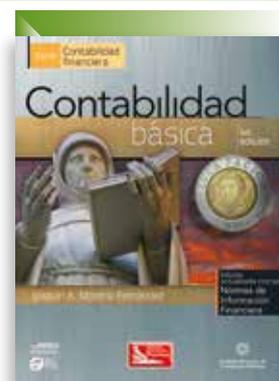


CONTABILIDAD BÁSICA. 4A EDICIÓN. ACTUALIZADA CON LAS NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA

■ MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN

La cuarta edición de esta obra incluye temas como la historia de la contabilidad y el tratamiento contable del IVA. Además, explica la importancia de la técnica contable en los últimos decenios y la participación de organismos internacionales para homogeneizar la información financiera en el mundo, la estructura de la contabilidad financiera basada en Normas de Información Financiera y las reglas particulares de evaluación. También, se presenta la información financiera con criterios de aplicación funcionales. Adicionalmente, cuenta con numerosos ejercicios elaborados en un cuaderno de ejercicios para la fácil aplicación y desarrollo de los mismos.

CONTENIDO: Cambios a la cuarta edición; Prólogo; Introducción; I. La Contaduría; II. La contabilidad, la entidad y la información financiera; III. La cuenta; IV. Las cuentas de una entidad comercial; V. Las normas de información financiera (antes principios de contabilidad); VI. La partida doble y los asientos de diario; VII. Registro de las operaciones; VIII. Sistemas de tratamiento contable a operaciones de compraventa de mercancías; IX. Métodos de valuación de inventarios; X. Procedimiento de ajuste; XI. Procedimiento de cierre y obtención de estados financieros; XII. Práctica. Registro de operaciones y obtención de estados financieros de una entidad comercial; Apéndice: Tratamiento contable del IVA; Cuaderno de ejercicios.



- ISBN: 9786074386189
- ISBN ebook: 9786074388831
- Clave: 230066
- 350 páginas
- 21 x 27 cm
- Rústica
- 4a ed.
- Año: 2013



CONTABILIDAD DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA DE LA EMPRESA

■ MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN

En esta cuarta edición se estudian las Normas de Información Financiera, los conceptos de Capital de Trabajo que integran los activos y pasivos circulantes y no circulantes, los créditos diferidos, el capital y los resultados que representa el ciclo financiero a largo plazo, con un enfoque de contabilidad financiera basado en captar, cronológicamente, los eventos económicos identificables y cuantificables que realiza un ente económico para medir, clasificar, registrar y resumir con claridad la información financiera que se produzca. Asimismo, explica la valuación y tratamiento de estos conceptos en un ambiente de alta inflación.

CONTENIDO: Cambios a la cuarta edición; Prólogo; Introducción; I. Síntesis del primer curso; II. Contabilidad del activo y del pasivo circulante; III. El activo circulante; IV. Efectivo en cajas y bancos; V. Inversiones temporales de inmediata realización; VI. Cuentas por documentos por cobrar; VII. Inventarios; VIII. Pagos anticipados; IX. El pasivo circulante; X. Documentos y cuentas por pagar; XI. Gastos e impuestos acumulados; XII. Ingresos anticipados; XIII. Reconocimiento de los efectos de la inflación en el activo y pasivo circulante; XIV. Contabilidad del activo y pasivo no circulante, el capital y los resultados; XV. El activo no circulante; XVI. Inversiones permanentes; XVII. Cuentas y documentos por cobrar a largo plazo; XVIII. Inmuebles, maquinaria y equipo; XIX. Activos intangibles y cargos diferidos a largo plazo; XX. Deuda a largo plazo; XXI. Créditos diferidos; XXII. Capital contable; XXIII. Contingencias y compromisos; XXIV. Resultados; XXV. Reconocimiento de los efectos de la inflación del activo y pasivo no circulante, los créditos diferidos, el capital y los resultados; Índice analítico.



- ISBN: 9786074386455
- ISBN ebook: 9786074388398
- Clave: 230067
- 550 páginas
- 21 x 27 cm
- Rústica
- 4a ed.
- Año: 2013



CONTABILIDAD SUPERIOR. EDICIÓN ACTUALIZADA CON LAS NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA

■ MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN

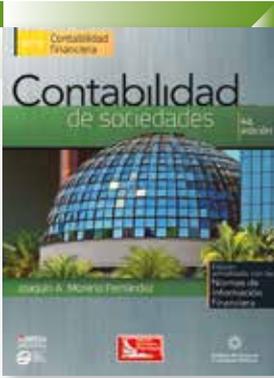
En esta edición se incorporaron correcciones, referencias y definiciones sobre las Normas de Información Financiera. Es así como se explican temas de contabilidad financiera avanzada; tal es el caso de las cuentas de orden, las operaciones celebradas en moneda extranjera, agencias y sucursales, operaciones intercompañías, contabilidad por áreas de responsabilidad y líneas de producto, entre otros importantes temas. Esta obra forma parte de la serie de Contabilidad Financiera.

CONTENIDO: Cambios a la tercera edición; Prólogo, Preámbulo, Introducción; Parte I. Contenido de los anteriores volúmenes; Parte II. Cuentas de orden; Parte III. Operaciones celebradas en moneda extranjera; Parte IV. Agencias y sucursales; Parte V. Operaciones intercompañías; Parte VI. Contabilidad por área de responsabilidad y línea de producto; Parte VII. Catálogo flexible de cuentas; Parte VIII. Control contable de los eventos económicos; Parte IX. Marco conceptual de la información; Parte X. Estado de situación financiera; Parte XI. Estado de resultados; Parte XII. Estado de variaciones en el capital contable; Parte XIII. Estado de cambios en la situación financiera; Parte XIV. Notas a los estados financieros; Parte XV. Casos prácticos de estados financieros; Parte XVI. Información financiera en fechas intermedias; Parte XVII. Conversión de estados financieros en moneda extranjera; Índice analítico.



- ISBN: 9789702410300
- ISBN ebook: 9786074388091
- Clave: 230286
- 408 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica
- 4a ed.
- Año: 2014





● ISBN: 9786074386684
 ● ISBN ebook: 9786074388770
 ● Clave: 230272
 ● 356 páginas
 ● 21 × 27 cm
 ● Rústica
 ● 4a ed.
 ● Año: 2014



CONTABILIDAD DE SOCIEDADES. 4A ED.

■ MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN

En esta cuarta edición se efectuaron cambios, principalmente referencias y definiciones sobre las Normas de Información Financiera que emite el CINIF. De igual forma, se incorporaron en el estudio los temas siguientes: sociedades mercantiles y civiles, el capital, accionistas, constitución y apertura de sociedades, modificaciones al capital y aplicación de utilidades y pérdidas, además de otros tópicos fundamentales para la contabilidad de sociedades.

CONTENIDO: Cambios a la cuarta edición; Prólogo; Introducción; Parte I. Contenido de los anteriores volúmenes; Parte II. Sociedades mercantiles y civiles; Parte III. Capital social, acciones, partes sociales y certificados de aportación; Parte IV. Asambleas de socios y accionistas; Parte V. Constitución y apertura de sociedades; Parte VI. Modificaciones al capital, aplicación de utilidades y pérdidas; Parte VII. Disolución y liquidación de sociedades; Parte VIII. Concursos Mercantiles de Sociedades; Parte IX. Transformación de sociedades; Parte X. Estados financieros pro forma; Parte XI. Estados financieros combinados; Parte XII. Estados financieros consolidados; Parte XIII. Fusión de sociedades; Parte XIV. Escisión de sociedades; Índice analítico.



● ISBN: 9786077449089
 ● ISBN ebook: 9786077449102
 ● Clave: 230355
 ● 260 páginas
 ● 19 × 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2018



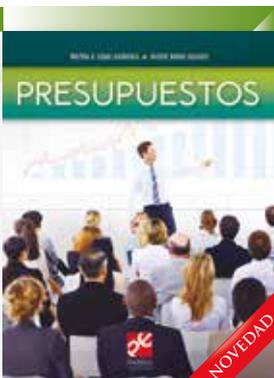
GESTIÓN DE COSTOS Y PRECIOS

■ LÓPEZ ALCÁNTARA, MARTHA B. ■ GÓMEZ AGUNDIZ, XOCHITL

Gestión de costos y precios involucra al lector en el conocimiento, comprensión y aplicación de los conceptos y procedimientos necesarios para fijar costos y precios en los productos y servicios así como el análisis de la información obtenida. Se establecen las bases para comprender mejor los conceptos de costos y la importancia de identificar los elementos de producción así como se desarrollan los sistemas de costeo por órdenes de producción y costos por procesos, explicando la metodología contable. Para determinar los precios de los productos es importante analizar los costos de acuerdo con la forma en que se comportan, identificando los costos variables de los fijos y posteriormente determinar la relación que tienen el costo, el volumen o unidades y la utilidad que se genera.

Para mantener una buena gestión de los costos es necesario llevar su control y para ello se explica el manejo del costeo estándar, que es otra metodología contable que se realiza de manera predeterminada, es decir anticipada. Con esta obra se busca apoyar a docentes y alumnos, en la introducción al conocimiento de los costos y la aplicación de algunas técnicas, procedimientos y normas contables.

CONTENIDO: Dedicatorias y agradecimientos; Semblanza de las autoras; Capítulo 1. Conceptos generales de costos; Capítulo 2. Costeo de productos; Capítulo 3. Análisis de comportamiento de los costos; Capítulo 4. Análisis de la relación costo-volumen-utilidad; Capítulo 5. Control de costos; Capítulo 6. Evaluación del desempeño; Capítulo 7. Uso de información de costos en la toma de decisiones; Capítulo 8. Costos de calidad; Bibliografía; Ejercicios y reactivos en línea.



● ISBN: 9786075500102
 ● ISBN ebook: 9786075500119
 ● Clave: 230356
 ● 300 páginas
 ● 19 × 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2018



PRESUPUESTOS

■ LÓPEZ ALCÁNTARA, MARTHA B. ■ GÓMEZ AGUNDIZ, XOCHITL

Esta obra aborda la conceptualización y metodología de los presupuestos, así como sus diferentes tipos, con el fin de que se contribuya a una óptima planeación y al logro de los objetivos en las organizaciones.

CONTENIDO: Prólogo, Acerca de los autores, Introducción; Capítulo 1. Presupuestos; Capítulo 2. Metodología para la elaboración de un presupuesto; Capítulo 3. El sistema presupuestal; Capítulo 4. Presupuesto de efectivo; Capítulo 5. Presupuesto base cero; Capítulo 6. Presupuesto por programas y actividades.



CONTABILIDAD Y ANÁLISIS DE COSTOS. 2A ED.

■ ARREDONDO GONZÁLEZ, MA. MAGDALENA

En *Contabilidad y análisis de costos* se integra la evolución de los sistemas tradicionales de costos a los sistemas actuales. Hoy día, los sistemas de costos tradicionales no son capaces de proveer a los administradores la información necesaria para trabajar de manera eficiente en el medio global competitivo en el que se vive; por ello, las empresas deben orientarse a un enfoque estratégico, es decir, producir al menor costo y con la mayor calidad posible, sin perder de vista el servicio otorgado al cliente. Mediante información que permite a los estudiantes conocer, aprender y aplicar los conceptos que intervienen en la contabilidad de costos, se logra contar con mayores elementos para decisiones correctas, sobre todo en empresas manufactureras y de servicios. En este libro, cada capítulo presenta un ejercicio resuelto y varios ejercicios de resolución, de tal manera que se ayuda a comprender mejor la aplicación de los conceptos; asimismo, se incluyen preguntas y problemas para reforzar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

CONTENIDO: Prólogo; Síntesis; Capítulo 1. Introducción a la contabilidad y análisis de costos; Capítulo 2. Elementos del costo de producción, su acumulación y su reporte; Capítulo 3. Sistema de costeo por órdenes; Capítulo 4. Costeo por procesos; Capítulo 5. Costeo por procesos II; Capítulo 6. Costos de la producción conjunta y subproductos; Capítulo 7. Asignación de costos de los departamentos de apoyo; Capítulo 8. Costeo basado en actividades y nuevos métodos de costeo; Capítulo 9. Costos estándar para materiales y mano de obra; Capítulo 10. Costos estándar para gastos indirectos de fabricación; Capítulo 11. Contribución marginal; Capítulo 12. Análisis de la cadena de valor; Capítulo 13. Costos del ciclo de producto; Capítulo 14. Balanced scorecard.



- ISBN: 9786077441267
- ISBN ebook: 9786077442837
- Clave: 230290
- 320 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2015



PRÁCTICAS DE COSTOS

■ VARGAS MORENO, MA. DE LOS ÁNGELES ■ ÁVILA RODRÍGUEZ, LAURA

La importancia de contar con un buen control en los costos, ya sea en un negocio grande o pequeño ha sido clave para obtener resultados satisfactorios. En el caso de una fábrica, se debe controlar la utilización de materia prima, para evitar desperdicios o mermas, el pago justo a los trabajadores considerando lo que marcan nuestras leyes así como controlar los gastos de luz, agua, renta, que se aprovechen adecuadamente.

También en lo que respecta al sector turístico, en particular los restaurantes, no se cuenta con mucha bibliografía, por lo que los últimos temas están enfocados a este tipo de empresas, incluyendo parte teórica y práctica. En el caso de este sector es muy importante el control de los costos, ya que en este tipo de negocios es donde más fugas se tienen.

La intención es que el alumno ejercite y se dé cuenta de la importancia del tema para la toma de decisiones.

CONTENIDO: Introducción; Capítulo 1. Contabilidad de costos; Capítulo 2. Estado de costo de producción y ventas; Capítulo 3. Materia prima; Capítulo 4. Mano de obra; Capítulo 5. Gastos indirectos de fabricación; Capítulo 6. Órdenes de producción; Capítulo 7. Costos por procesos; Capítulo 8. Costos estándar; Capítulo 9. Costeo directo; Capítulo 10. Reporte diario de costos de un restaurante; Capítulo 11. Rotación de inventarios de un restaurante; Capítulo 12. Control de entradas y salidas del almacén; Capítulo 13. Conciliación de costos; Referencias.



- ISBN: 9786075501970
- ISBN ebook: 9786075501963
- Clave: 230375
- 280 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2019

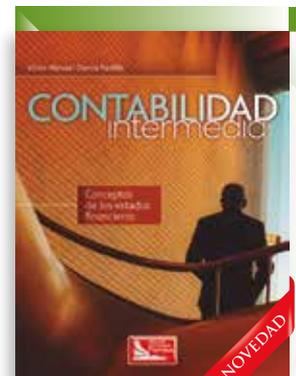


CONTABILIDAD INTERMEDIA

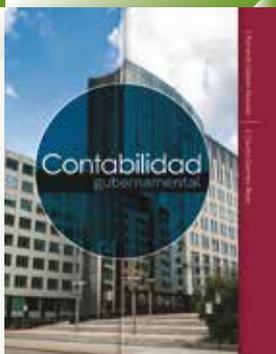
■ GARCÍA PADILLA, VÍCTOR M.

En este libro el autor pone en el centro de la atención el tema de la normatividad contable relacionada a los conceptos específicos de los estados financieros. A cada uno de los registros contables, su presentación y revelación en los estados financieros, le corresponde por lo menos una Norma de Información Financiera, NIF, ya sea mexicana o internacional. Este es un texto contable que ofrece al lector una gran variedad de ejemplos prácticos, así como alusiones a temas del conocimiento y cultura en general. Los estudiantes encontrarán en esta obra un texto de consulta y apoyo, y los lectores de otras disciplinas que requieran conocer algunas aplicaciones contables, encontrarán una guía de acción puntual y clara. Los temas que se revisan durante los 11 capítulos del texto son: la importancia de la contabilidad financiera, el efectivo, instrumentos financieros, cuentas por cobrar, inventarios, inmuebles, maquinaria y equipo, activos intangibles, pasivo y provisiones, deterioro en el valor de los activos de larga duración, contabilidad de coberturas y partes relacionadas.

CONTENIDO: Capítulo 1. Contabilidad financiera: La estructura de los Negocios; Capítulo 2. El efectivo y sus equivalentes; Capítulo 3. Instrumentos financieros; Capítulo 4. Cuentas por cobrar; Capítulo 5. Inventarios; Capítulo 6. Inmuebles, maquinaria y equipo; Capítulo 7. Activos intangibles; Capítulo 8. Pasivo, provisiones, activo y pasivos; Capítulo 9. Deterioro en el valor de los activos de larga duración; Capítulo 10. Contabilidad de coberturas; Capítulo 11. Partes relacionadas.



- ISBN: 9786077445753
- Clave: 230312
- 350 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2017



● ISBN: 9786077440895
 ● ISBN ebook: 9786077442639
 ● Clave: 230294
 ● 368 páginas
 ● 21 × 27 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2015



CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL

■ GALINDO ALVARADO, JOSÉ FERNANDO

Se dice que “quien tiene la información tiene el poder” y en efecto así es. Quien tiene la información tiene el poder para evaluar, decidir y accionar con base en el conocimiento que posee.

La Administración Pública Federal maneja recursos e información que es preciso aplique oportunamente y haga llegar a aquellos sectores o usuarios que la requieran. *Contabilidad gubernamental*, por tanto, es una herramienta esencial para ello porque permite el registro y control de los recursos públicos federales de una manera sistematizada y confiable de las operaciones que realizan las dependencias y entidades paraestatales, arrojando información que posibilita su interpretación y, también la toma de decisiones.

Con la entrada en vigor de la Ley General de Contabilidad Gubernamental en 2009, se generan cambios importantes en la nueva forma de registro y control de las operaciones económicas de las entidades de la administración pública federal.

CONTENIDO: Prólogo; 1. Ordenamientos Legales que regulan la contabilidad gubernamental (Ley General de Contabilidad Gubernamental y su Reglamento; Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y su Reglamento); 2. Aspectos generales del sistema de contabilidad gubernamental; 3. Principales indicadores de la contabilidad gubernamental; 4. Instrumentos para el registro contable de las dependencias y entidades; 5. Reconocimiento contable de las dependencias y entidades; 6. Plan de Cuentas e instructivo para el manejo de cuentas; 7. Normas para la emisión de la Información Financiera del ente público.

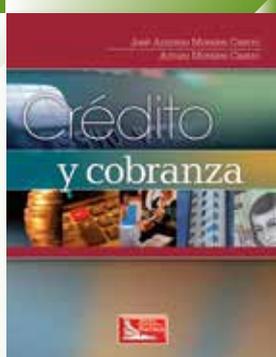


CRÉDITO Y COBRANZA

■ MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO ■ MORALES CASTRO, ARTURO

Esta obra tiene como finalidad dar a conocer lo que es el crédito, de dónde se origina y qué papel juega en la actualidad; desarrolla de manera detallada los procesos de análisis y evaluación del otorgamiento de créditos y cobranza. Adicionalmente, también se expone una serie de análisis financieros empleados en la administración del crédito y la cobranza para que la empresa obtenga utilidades. Cada capítulo contiene casos prácticos para reforzar los conocimientos adquiridos a lo largo del texto.

CONTENIDO: Capítulo 1. Antecedentes del crédito; Capítulo 2. El crédito y la economía; Capítulo 3. Clasificación del crédito; Capítulo 4. Estructura del departamento de crédito y cobranza; Capítulo 5. Otorgamiento de crédito; Capítulo 6. Administración de la cobranza; Capítulo 7. Contabilidad de cuentas por cobrar; Capítulo 8. Análisis financiero en la administración de cuentas por cobrar; Capítulo 9. Títulos de crédito; Capítulo 10. Crisis en la economía por el uso de créditos; Bibliografía.



● ISBN ebook: 9786074388404
 ● Clave: 230122
 ● 306 páginas
 ● 1a ed.
 ● Año: 2011



IMPUESTOS. TRIBUTACIÓN DE PERSONAS MORALES Y PERSONAS FÍSICAS

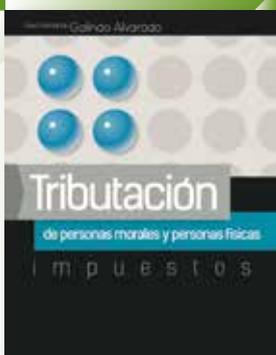
■ GALINDO ALVARADO, JOSÉ FERNANDO

Para que el Estado pueda cumplir con su obligación constitucional de velar por el bien común y proporcionar a la población los servicios básicos que esta requiere, necesita de recursos que provienen principalmente de los tributos pagados por los contribuyentes. Una economía se fortalece cuando ciudadanos responsables comprenden la importancia de una cultura tributaria.

Año con año en nuestro país, se esperan las reformas que en materia hacendaria se realizarán y el impacto que tendrán en los distintos sectores de la población. Los contadores públicos están a la expectativa de estos cambios, los empresarios, los profesionistas, los comerciantes y ciudadanos que se verán influidos por dichos cambios.

El texto de *Impuestos. Tributación de personas morales y personas físicas* contribuirá a entender mejor esta importante temática, sobre todo a aquellos que representan un sector que contribuye con la generación de empleos de nuestra sociedad. Este libro será fundamental para los estudiantes de las áreas económico-administrativas que están relacionados con el tema como administradores y contadores, pero también para aquellos sectores de la población interesados en conocer un poco más acerca de qué aspectos deben tomarse en cuenta en la tributación de personas morales tales como profesionistas independientes, microempresarios y algunos comerciantes.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; 1. Antecedentes de la tributación en México y en el mundo; 2. Quiénes son consideradas personas morales; 3. Marco legal sobre la tributación de personas morales; 4. Instancias encargadas de la administración tributaria en México; 5. IVA de personas morales del Régimen General; 6. ISR de personas morales del Régimen General y la determinación de la PTU; 7. Determinación del Ajuste Anual por Inflación, ya sea Acumulable o Deducible; 8. Determinación de las Depreciaciones Contables y la Dedución de Inversiones; 9. Determinación de la Conciliación Contable-Fiscal; Bibliografía.



● ISBN: 9786074387988
 ● ISBN ebook: 9786074388725
 ● Clave: 230285
 ● 300 páginas
 ● 19 × 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2014



FUNDAMENTOS DE AUDITORÍA

■ ESPINO GARCÍA, GABRIEL

Estimados lectores, esta obra les servirá para conocer a fondo la labor de auditoría, desde su contratación, su planeación, su desarrollo y su control, para poder considerar que es una especialidad muy digna de la profesión de Licenciado en Contaduría, con la cual se pueden alcanzar grandes satisfacciones personales no solo económicas, también morales y sociales.

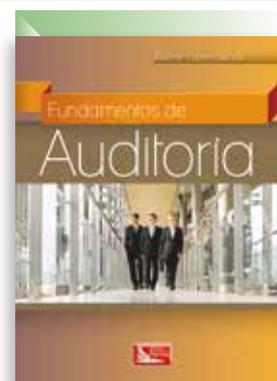
Otra ventaja de este libro es que está naciendo, cuando en México se inicia como obligatorio para las empresas o entidades listadas en la Bolsa Mexicana de Valores, el uso de las Normas Internacionales de Auditoría, que junto con el Código de Ética de la IFAC, son la gran novedad de la profesión a partir del mes de enero de 2012, aquí, presentamos un resumen y comentarios de dichas normas, así como de las Normas de Atestiguamiento, actualizadas y publicadas por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, en 2013.

El texto se presenta en un lenguaje claro, ameno y entendible, facilitando la comprensión de las Normas Internacionales de Auditoría del propio Código del IFAC y de las Normas de Atestiguamiento, que por lo complejo de la normatividad, la traducción al español, y la utilización de términos equivalentes, se dificulta su entendimiento.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; 1. Antecedentes y bases; 2. Auditorías de información financiera histórica; 3. Revisiones de información financiera histórica; 4. Trabajos de atestiguamiento; 5. Servicios relacionados; 6. Manejo, archivo y custodia de las cédulas de auditoría; 7. Planeación de la auditoría. La propuesta de servicios y honorarios profesionales; 8. La etapa preliminar de la auditoría de estados financieros. Estudio y evaluación del control interno; 9. Etapas intermedia y final de la auditoría de estados financieros; 10. Examen de la balanza de comprobación y la presentación de los estados financieros respectivos.



- ISBN: 9786074387247
- ISBN ebook: 9786074388848
- Clave: 230275
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2014



PROYECTOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

■ BACA URBINA, GABRIEL

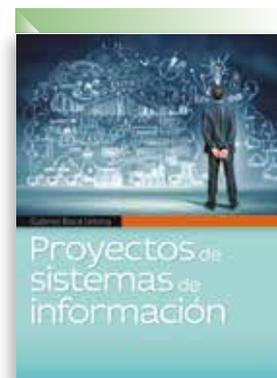
Proyectos de sistemas de información ha sido elaborado para un curso de Formulación y evaluación de proyectos de sistemas de información o proyectos informáticos, que se imparten en la mayoría de las universidades en las licenciaturas de Ciencias de la informática, Sistemas computacionales o de Ingeniería en informática, aunque la metodología que se presenta podría utilizarse por cualesquier persona que se enfrenta a problemas con la calidad del flujo de información que se maneja en la organización de donde labora, o en el área donde realiza sus actividades profesionales de manera cotidiana.

Al final de los capítulos que contienen partes sustantivas de la metodología se muestra un ejemplo práctico que, aunque sencillo, presenta la aplicación de la metodología de evaluación de proyectos de sistemas de información para resolver un problema en el área de ventas de una empresa, desde la identificación y cuantificación hasta el cálculo de la rentabilidad económica de la inversión en TI que propone el proyecto informático, con lo que se cumplen los requisitos solicitados por el Governance Institute y el Val IT.

CONTENIDO: Acerca del autor, Prefacio, 1. Elementos conceptuales de los proyectos de sistemas de información; 2. La evolución de las organizaciones a través de la TI; 3. Identificación y cuantificación de problemas de flujo de información en las organizaciones; 4. Los procesos de manufactura y metodologías para el rediseño de procesos; 5. Mejora de procesos en las empresas de manufactura; 6. Análisis económico en proyectos informáticos; 7. Técnicas y métodos para la evaluación económica de proyectos informáticos.



- ISBN: 9786077441380
- ISBN ebook: 9786077442592
- Clave: 230298
- 320 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2015



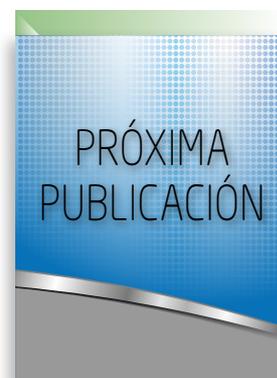
PROYECTOS DE INVERSIÓN. FUNDAMENTOS DE EVALUACIÓN

■ GERARDO, FRANCISCO

En esta segunda edición la obra tiene como objetivo conocer el concepto, clasificación e importancia de los proyectos de inversión a través del análisis, formulación y evaluación financiera de los mismo, mediante la descripción y el análisis de cada uno de los aspectos que integran un proyecto de inversión, asimismo se apoya del uso de nuevas herramientas, como la informática, la globalización y la nueva administración pública que permite medir el riesgo del proyecto y poder tomar una decisión adecuada a nivel organizacional.

CONTENIDO: Parte I. Fundamentos de proyectos de inversión; Capítulo 1. Generalidades de proyectos de inversión; Parte II. Estudios de viabilidad del proyecto de inversión; Capítulo 2. Estudio de mercado, Capítulo 3. Estudio técnico, Capítulo 4. Estudio administrativo; Parte III. Estudio financiero del proyecto de inversión; Capítulo 5. Los flujos de efectivo del proyecto, Capítulo 6. Financiamiento y costo de capital del proyecto., Capítulo 7. Técnicas de evaluación de los proyectos de inversión, Capítulo 8. Evaluación de proyectos de inversión Fórmulas, funciones, creación de escenarios y simulación, Capítulo 9. Métodos alternativos de evaluación de proyectos, Capítulo 10. Financiamiento a corto plazo, Capítulo 11. Opciones reales, Capítulo 12. Administración del efectivo y la liquidez; Parte IV. Análisis y administración del riesgo, Capítulo 13. Análisis de riesgo en los proyectos de inversión, Capítulo 14. Análisis de sensibilidad.

- ISBN: en trámite
- 356 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2020



PRONTUARIO DE FINANZAS EMPRESARIALES

■ MORENO FERNÁNDEZ, JOAQUÍN

Esta obra es un clásico de la literatura financiera escrita con el propósito de proporcionar al lector las técnicas básicas en el manejo financiero de la empresa; en un lenguaje comprensible para todas las personas interesadas en la administración financiera aun cuando no sean especialistas en la materia.

Este libro proporciona el material básico y suficiente para satisfacer las necesidades de los estudiantes en el campo de las finanzas en la empresa: información, análisis, recursos y planeación, además ayudará a formar al lector un administrador financiero de la empresa de primer mundo.

CONTENIDO: Parte I. Estados Financieros; Parte II. Cambios del poder adquisitivo de la moneda y sus efectos en los estados financieros; Parte III. Técnicas de análisis e interpretación de los estados e información financiera; Parte IV. Planeación financiera; Parte V. Reestructuración de las entidades; Parte VI. Estructura financiera de la entidad; Parte VII. La administración y la información financiera; Parte VIII. El capital de trabajo; Parte IX. El efectivo y las inversiones temporales de inmediata realización; Parte X. Cuentas por cobrar; Parte XI. Inventarios; Parte XII. Las cuentas por pagar; Parte XIII. Los financiamientos a corto plazo; Parte XIV. El presupuesto anual como medio de control en la administración del capital de trabajo; Parte XV. El estado de posición de la inversión; Parte XVI. El ciclo financiero a largo plazo; Parte XVII. El activo no circulante; Parte XVIII. Propiedades, planta y equipo; Parte XIX. Activos intangibles y cargos diferidos a largo plazo; Parte XX. Evaluación de proyectos de inversión; Parte XXI. La estructura financiera de la empresa; Parte XXII. La deuda a largo plazo; Parte XXIII. Créditos diferidos; Parte XXIV. Contingencias y compromisos; Parte XXV. El interés minoritario; Parte XXVI. El capital contable; Parte XXVII. Los resultados; Parte XXVIII. El presupuesto anual como medio de control de la administración del ciclo financiero a largo plazo, Resumen; Preguntas; Índice analítico.



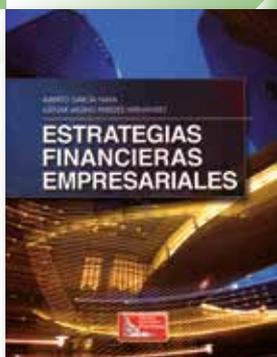
- ISBN ebook: 9786077449287
- Clave: 370155
- 1100 páginas
- 21 x 27 cm
- 1a ed.
- Año: 2018

ESTRATEGIAS FINANCIERAS EMPRESARIALES

■ GARCÍA NAVA, JOSÉ ALBERTO ■ PAREDES HERNÁNDEZ, LUDGAR MELING

Esta obra busca proporcionar los elementos necesarios para medir costos, beneficios, riesgos, rentabilidad, reestructuración, valor y salud desde el punto de vista financiero de fuentes de financiamiento y de alternativas de inversión, además de un análisis jurídico-financiero del Fideicomiso. La aplicación de estas herramientas se encuentran identificadas como estrategias dentro de las cuales se proponen, además, aquéllas relacionadas con las formas de decisión que pueden ser útiles a quienes consulten este documento.

CONTENIDO: Acerca de los autores; Prólogo; Introducción; Estrategia I. De razones financieras; Estrategia II. Proyectos de inversión en diversificación de productos; Estrategia III. Proyectos comparativos de inversión de nuevos negocios; Estrategia IV. Rentabilidad y productividad de la cartera de clientes; Estrategia V. Pronósticos de ventas; Estrategia VI. Análisis de precios y demanda; Estrategia VII. Rentabilidad y productividad en la salida de línea de productos; Estrategia VIII. Análisis de créditos bancarios; Estrategia IX. Reestructuración financiera de créditos bancarios; Estrategia X. Los Fideicomisos inmobiliarios; Estrategia XI. La emisión de certificados de participación ordinaria (CPO's) e inmobiliaria (CPI's); Estrategia XII. Estado de origen y aplicación de recursos; Estrategia XIII. Costo de capital y rentabilidad de la inversión operativa neta; Estrategia XIV. Riesgos empresariales; Estrategia XV. El valor de la empresa; Estrategia XVI. Salud financiera; Estrategia XVII. La rentabilidad; Estrategia XVIII. La inflación interna; Estrategia XIX. Financiamiento en moneda extranjera y en pesos; Bibliografía.



- ISBN: 9786074382037
- ISBN ebook: 9786074388602
- Clave: 230104
- 272 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2010



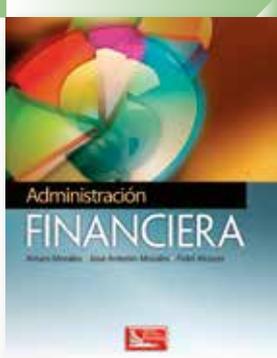
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

■ MORALES CASTRO, ARTURO ■ MORALES CASTRO, JOSÉ A. ■ ALCOCER MARTÍNEZ, FIDEL R.

Esta obra pretende aplicar las funciones básicas de la administración financiera: la inversión y el financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de una organización a través de los recursos financieros, como son la liquidez y la rentabilidad. A lo largo del texto podrá encontrar una descripción del tema de manera actualizada, y con aplicación práctica, ya que en cada capítulo se incluye un caso integrador que permite tomar decisiones financieras a las que se enfrenta todo Contador, Administrador financiero, Empresario, Estudiante, Consultor, y estudioso de las Finanzas.

Los simuladores financieros que se presentan y acompañan cada capítulo en el libro, permiten a los lectores simular en los escenarios que ellos elijan la situación empresarial a la que se enfrentan y tengan que dar respuesta con un enfoque de Administración Financiera.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; Capítulo 1. Sistema Financiero Mexicano; Capítulo 2. Administración del capital de trabajo; Capítulo 3. Financiamiento; Capítulo 4. Costo de capital; Capítulo 5. Dividendos; Capítulo 6. Análisis financiero; Capítulo 7. Escenarios financieros; Capítulo 8. Métodos de evaluación de inversiones; Bibliografía.



- ISBN: 9786074382464
- ISBN ebook: 9786074388596
- Clave: 230113
- 300 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2010



PLANEACIÓN FINANCIERA

■ MORALES CASTRO, ARTURO ■ MORALES CASTRO, JOSÉ ANTONIO

En los nueve capítulos de este libro el lector podrá encontrar una descripción del tema de manera actualizada, orientada hacia una aplicación práctica, ya que en cada uno de ellos se incluye un caso integrador que permite tomar decisiones de financiamiento, decisiones de inversión, y decisiones de administración de riesgos en todo proceso de Planeación Financiera.

Los simuladores financieros que se presentan y acompañan cada capítulo, permiten a los lectores simular en los escenarios que ellos elijan la situación empresarial a la que tengan que dar respuesta con un enfoque de Planeación Financiera.

CONTENIDO: 1. Planeación Financiera; 2. Administración del Riesgo; 3. Reestructuras Financieras; 4. Fusiones, adquisiciones y escisiones; 5. Mercado de Derivados Financieros; 6. Forward y Futuros Financieros; 7. Opciones Financieras; 8. Swaps; 9. Otros Mecanismos de Planeación Financiera.



© ISBN: 9786074382167
 © ISBN ebook: 9786074388459
 © Clave: 230109
 © 256 páginas
 © 19 x 25 cm
 © Rústica
 © 1a ed.
 © Año: 2010



APOYOS EN LÍNEA



ANÁLISIS FINANCIERO. UN ENFOQUE INTEGRAL

■ GARCÍA PADILLA, VÍCTOR

El análisis financiero es una actividad necesaria en todas las organizaciones, implica el estudio a través del conocimiento de sus componentes. Para ello se toman datos de diferentes fuentes y recursos, y en un contexto particular, se genera información, que se transforma en factor de decisión.

Las organizaciones requieren conocer los aspectos elementales de su desempeño financiero, la situación económica, social y política que tienen, las expectativas que generan y el cumplimiento de sus objetivos ya que se trata de una actividad estratégica que influye la toma de decisiones en la permanencia, control y desarrollo de una organización.

En este libro se propone y explica un modelo de análisis financiero, es decir, considera otros aspectos de la organización, más allá del tradicional estudio de los reportes contables y las razones financieras. La obra se divide en dos partes: la primera aborda los elementos del modelo de análisis financieros; y la segunda las aplicaciones de una organización como modelos predictivos y de crecimiento, la evaluación de inversiones y control interno, modelos de análisis de riesgo y evaluación de desempeño.

El modelo particular implica un estudio de la organización a través de cinco grandes temas: análisis de la organización, estrategia y operación, fiscal y legal, estados financieros y reportes contables, análisis económico y político. En cada capítulo el lector encontrará los conceptos de cada tema, teorías relacionadas, términos clave, ejercicios y datos que complementan el estudio financiero.

CONTENIDO: Parte 1. Análisis financiero de una organización; 1. Análisis financiero integral; 2. Análisis de la organización; 3. Análisis estratégico y operacional; 4. Análisis fiscal y legal; 5. Análisis económico y político; 6. Estados financieros y reportes contables; 7. Análisis de los estados financieros; Parte 2. Aplicaciones del análisis financiero; 8. Modelos predictivos y de crecimiento; 9. Valuación de inversiones y control interno; 10. Modelos de la evaluación de la calidad crediticia y riesgo bancario; 11. Análisis del desempeño y reputación empresarial; Bibliografía.



© ISBN: 9786074388015
 © ISBN ebook: 9786077442646
 © Clave: 230293
 © 400 páginas
 © 21 x 27 cm
 © Rústica
 © 1a ed.
 © Año: 2015



ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS. INTERPRETACIÓN Y TOMA DE DECISIONES

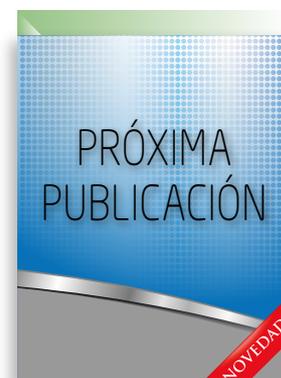
■ GARCÍA PADILLA, VÍCTOR

El análisis de los estados financieros tiene varios propósitos, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Obtener una idea preliminar acerca de la existencia y disponibilidad de recursos.
- Dar una idea de la situación financiera futura, así como de las condiciones generales actuales de la empresa y de sus resultados.
- Utilizar como una herramienta para medir el desempeño de la administración o diagnosticar algunos problemas existentes en la empresa.

En esta obra el lector conocerá las principales normas de información financiera que sigue la actividad contable, así como la relación que tienen cada una de ellas con los principales rubros de los estados financieros; aprenderá de manera precisa como elaborar y presentar cada uno de los estados financieros básicos: estado de resultados, balance general, estado de flujo de efectivo y estado de variaciones en el capital contable, así como de algunos reportes financieros complementarios como el estado de costos de producción y ventas y el reporte de flujo de efectivo; conocerá las principales técnicas del análisis financiero, desde el análisis de porcentajes integrales, hasta los métodos avanzados que utilizan razones financieras.

CONTENIDO: Capítulo 1. Normatividad contable y el análisis financiero; Capítulo 2. Estado de resultados integral; Capítulo 3. Balance general; Capítulo 4. Estado de flujo de efectivo; Capítulo 5. Estado de variaciones en el Capital contable; Capítulo 6. Análisis vertical y horizontal; Capítulo 7. Análisis de razones financieras; Capítulo 8. Análisis del punto de equilibrio y crecimiento; Capítulo 9. Análisis predictivo y del valor, Bibliografía.



© ISBN: En trámite
 © Clave: 230373
 © 380 páginas
 © 19 x 25 cm
 © Rústica
 © 1a ed.
 © Año: 2020



- ISBN: 9786074387230
- ISBN ebook: 9786074388794
- Clave 230281
- 424 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2014



INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS. 2A ED.

■ GARCÍA PADILLA, VÍCTOR

En esta segunda edición el lector encontrará los términos y conceptos que se manejan diariamente en el ámbito de las finanzas, comprenderá cuáles son las relaciones entre algunos de ellos y podrá obtener una visión clara de las operaciones financieras más importantes. Todo lo anterior está basado en las principales teorías y técnicas financieras que se han desarrollado y perfeccionado en los últimos años. Los temas abordados van desde la función básica de los activos financieros hasta el uso de los instrumentos derivados. La estructura de la obra se divide en dos partes: la primera aborda los fundamentos y las técnicas financieras, por ejemplo, de los activos y mercados financieros, la información contable, las tasas de interés y el valor del dinero a través del tiempo. La segunda parte muestra las operaciones que se realizan en los principales mercados financieros, se estudian los mercados de deuda, de capitales, de derivados y de cambios, incluyendo los instrumentos negociados, los participantes y las formas de evaluación de los diferentes activos involucrados.

CONTENIDO: 1. Fundamentos; 2. Mercados Financieros; 3. Estados Financieros; 4. Tasas de interés; 5. Valor del dinero a través del tiempo; 6. Valuación de flujo de efectivo; 7. Mercado de deuda; 8. Mercado de capitales; 9. Mercado de valores; 10. Mercado de derivados; 11. Mercado de divisas; Índice de ecuaciones; Bibliografía.



- ISBN: 9786077444558
- ISBN ebook: 9786077444848
- Clave: 230313
- 344 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica pegada
- 1a ed.
- Año: 2016



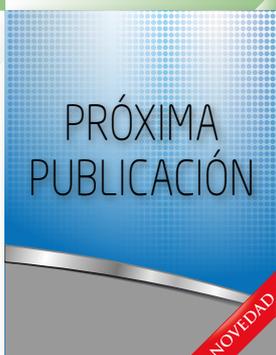
INGENIERÍA FINANCIERA

■ BACA URBINA, GABRIEL ■ MARCELINO ARANDA, MARIANA

Ingeniería financiera es una obra que presenta de forma simple los principales temas de la materia. Inicialmente examina algunos conceptos macroeconómicos básicos para la economía de cualquier país, argumentando que los riesgos financieros que tiene cualquier empresa, se deben en gran medida, a las turbulencias que en el aspecto financiero puede tener la economía de un país, de alguna región, o incluso del mundo entero, como la última gran crisis financiera del 2008 que afectó a países y empresas a nivel mundial. La parte total del libro se centra en la forma en la cual se detectan y miden los riesgos financieros a partir de las declaraciones contables y en los tres principales instrumentos de cobertura de riesgos financieros, futuros, swaps y opciones, disponibles para cualquier empresa en las principales bolsas de valores del mundo, incluyendo la de México, por lo que también se presenta la forma en que opera, en general, una bolsa de valores, y como opera en particular, el Área de Derivados de una bolsa de valores, que es donde se negocian los instrumentos de cobertura de riesgos financieros.

Para los futuros y los swaps, se presenta un ejemplo de su uso en una empresa con riesgos financieros, excluyendo de esta parte a las opciones, por considerar que son instrumentos más especulativos, aunque eventualmente se pueden utilizar para cubrir algunos riesgos financieros empresariales.

CONTENIDO: Índice; Prefacio; Capítulo 1: Aspectos macroeconómicos y el origen de los riesgos financieros; Capítulo 2: El dinero a través del tiempo y las oportunidades de inversión; Capítulo 3: El sistema financiero mexicano y sus oportunidades de inversión; Capítulo 4: Administración de riesgos financieros; Capítulo 5: Análisis financiero y detección de riesgos financieros; Capítulo 6: Futuros y contratos adelantados; Capítulo 7: Swaps, conceptos y aplicaciones; Capítulo 8: Opciones de un solo periodo (Calls y Puts), Bibliografía.



- ISBN: En trámite
- ISBN ebook: En trámite
- Clave: 230396
- 400 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 3a ed.
- Año: 2020

PROCESO ADMINISTRATIVO. 3A ED.

■ LUNA GONZÁLEZ, ALFREDO

Proceso administrativo permite al lector tener una amplia visión de las principales teorías administrativas desde sus inicios hasta los tiempos actuales. La teoría administrativa brinda los conceptos y opciones necesarias para llevar a cabo la administración práctica real. En este libro se examinan las diversas escuelas del pensamiento administrativo, mostrando el origen y el desarrollo de cada una de ellas, apoyándose, además, en un resumen en forma de tabla cronológica.

CONTENIDO: Acerca del autor; Introducción; Capítulo 1. La empresa; Capítulo 2. Marco conceptual de la administración; Capítulo 3. Planeación y organización; Capítulo 4. Integración, dirección, control; Capítulo 5. Desarrollo organizacional; Capítulo 6. Benchmarking; Capítulo 7. Downsizing; Capítulo 8. Outsourcing; Capítulo 9. Empowerment; Capítulo 10. Reingeniería de procesos; Capítulo 11. Six sigma; Capítulo 12. Calidad total; 13. Balanced scorecard.

TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN. 2A ED.

■ TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS

Esta obra permite al lector tener una amplia visión de las principales teorías administrativas desde sus inicios hasta los tiempos actuales. En plena era de la información, en la que el capital intelectual es la mayor riqueza de la humanidad, la formación y actualización del administrador constituye un importante componente estratégico, y no simplemente táctico u operativo, capaz de conducir la organización empresarial hacia la competitividad y el éxito, y mantenerla a la vanguardia.

CONTENIDO: Acerca del autor; Introducción; Parte I: Evolución e historia del pensamiento administrativo; Parte II. Teoría o enfoque clásico: Enfoque humanístico y del comportamiento; Parte III. Enfoque de organizaciones; Parte IV. Propuestas contemporáneas de administración; Parte V. Autores latinoamericanos y mexicanos; Parte VI. El administrador en el mundo actual.



© ISBN: 9786074386196
 © ISBN ebook: 9786074388534
 © Clave: 230260
 © 400 páginas
 © 19 × 25 cm
 © Rústica
 © 2a ed.
 © Año: 2013

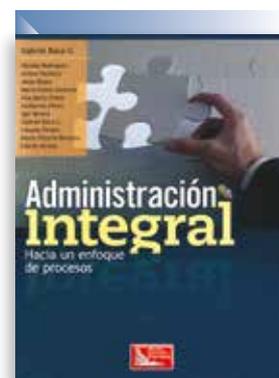


ADMINISTRACIÓN INTEGRAL. HACIA UN ENFOQUE DE PROCESOS

■ BACA URBINA, GABRIEL, ET AL.

Es un libro que no solo habla del enfoque de procesos, también presenta el tema de la administración con una visión tradicional. El texto profundiza en el enfoque de procesos de manera firme, ya que los autores están convencidos de las bondades de esta orientación para beneficiar a la organización. En un mundo en el que el desempleo es global, los centros de enseñanza superior tienden a preparar a los egresados para que generen sus propios negocios y para que no dependan de que los contrate un mercado laboral cada vez más exiguo, con limitaciones de oferta de trabajo a los jóvenes profesionistas egresados de los centros de educación superior.

CONTENIDO: Capítulo 1. El pensamiento administrativo: principios y técnicas de gestión desarrollados en el siglo xx; Capítulo 2. La administración por procesos; Capítulo 3. El proceso de dirección de empresas; Capítulo 4. La función financiera; Capítulo 5. Producción con un enfoque de procesos; Capítulo 6. Mercadotecnia; Capítulo 7. Administración de la cadena de suministros; Capítulo 8. El liderazgo y los procesos; Capítulo 9. La creatividad de la empresa; Capítulo 10. Negociación y comunicación; Capítulo 11. La administración del conocimiento.



© ISBN: 9786074382020
 © ISBN ebook: 9786074388121
 © Clave: 230103
 © 382 páginas
 © 19 × 25 cm
 © Rústica
 © 1a ed.
 © Año: 2010

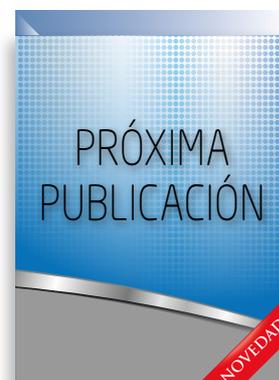


EL LÍDER EMPRESARIAL A TRAVÉS DE UNA VENTAJA COMPETITIVA LABORAL

■ HERNÁNDEZ HERRERA, JUAN ■ JUÁREZ SUÁREZ, CARLOS ANTONIO

Esta obra aborda la reforma laboral actualizada al año 2019, especialmente el cambio que surge de suprimir a las juntas de conciliación y arbitraje, desarrollada con bases a las necesidades de las organizaciones a nivel global; teniendo en cuenta los aspectos laborales del derecho laboral en México, sus limitantes, la participación de los empresarios y sindicatos; y determinar cómo poder competir a nivel internacional como el desarrollo económico, los salarios y el nivel de desarrollo en nuestra estructura industrial, del campo y energética.

CONTENIDO: Capítulo 1. Principios generales, Capítulo 2. Relaciones individuales de trabajo y su relación, Capítulo 3. Jornada de trabajo, Capítulo 4. Salario y protección al mismo, Capítulo 5. Derechos y obligaciones de patrones y trabajadores, Capítulo 6. Capacitación y adiestramiento de la productividad, formación y capacitación de los trabajadores, Capítulo 7. Riesgos de trabajo, y la higiene y seguridad en el centro de trabajo, Capítulo 8. Nociones de seguridad social, Capítulo 9. Participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa, Capítulo 10. Derechos de preferencia para ascenso por antigüedad, Capítulo 11. El trabajo de las mujeres y los menores de edad, Capítulo 12. Trabajadores de confianza, Capítulo 13. Relaciones colectivas de trabajo, Capítulo 14. Huelga, Capítulo 15. Trabajos especiales, Capítulo 16. Autoridades laborales y procedimientos ante las mismas.



© ISBN: EN TRÁMITE
 © Clave: 230390
 © 400 páginas
 © 19 × 25 cm
 © Rústica
 © 1a ed.
 © Año: 2020

DISPONIBLE SOLO EN
FORMATO DIGITAL



- ISBN: 9786077449423
- ISBN ebook: 9786077449423
- Clave: 230357
- 440 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2018



GESTIÓN E INNOVACIÓN TOTAL DEL CAPITAL HUMANO

■ NAUMOV GARCÍA, SERGIO

Gestión e innovación total del capital humano tiene como finalidad principal proporcionar al lector a través de los 12 capítulos los conceptos básicos, metodologías y herramientas que en la actualidad las empresas utilizan y que integran cada uno de los procesos que se requieren para llevar a cabo la función de la gestión y administración del personal, desde el entendimiento del sistema de manejo del capital humano, pasando por las diferentes etapas del proceso de selección de personal hasta llegar a la contratación del candidato, con el propósito de que al finalizar la lectura apliquen los conocimientos al mundo laboral.

CONTENIDO: Parte I. Conceptos básicos de la gestión total del capital humano; Capítulo 1. Conceptos básicos del sistema de la gestión total del capital humano; Capítulo 2. La gestión del capital intelectual; Parte II. Procesos de la gestión de la búsqueda y selección de personal; Capítulo 3. Gestión de la búsqueda y el reclutamiento de personal; Capítulo 4. Introducción a la gestión del proceso de selección de personal; Capítulo 5. Aplicación de exámenes psicométricos 1, Capítulo 6. Aplicación de exámenes psicométricos 2; Capítulo 7. Diagnóstico de competencias, habilidades y destrezas para niveles de gerencia alta y media; Capítulo 8. Estudios socioeconómicos, Capítulo 9. Examen de confianza; Capítulo 10. Examen médico; Capítulo 11. Cierre de la gestión del proceso de selección de personal; Parte III. Contratación e integración de la persona en la empresa; Capítulo 12. Inicio de la relación laboral. El contrato individual de trabajo su gestión y administración.



- ISBN: 9786074386400
- ISBN ebook: 9786074389548
- Clave: 24071
- 356 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2014



PLANEACIÓN E INTEGRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. CAPITAL HUMANO, 2A ED.

■ GONZÁLEZ, MARTÍN ■ OLIVARES, SOCORRO

En una aldea global de vertiginosos e impredecibles cambios, la planeación e integración de los recursos humanos debe ser una prioridad. Por lo menos así lo desarrolla la presente obra; en la primera parte se aborda de manera directa este punto al hablar sobre “La importancia del capital humano en las sociedades del conocimiento”. Este punto se fundamenta y da pie (simultáneamente) para hablar de los procedimientos que integran “La administración corporativa de los recursos humanos”. En la tercera parte se brindarán las *herramientas* necesarias para apoyar los objetivos del curso. Este libro finaliza con un tema actual y necesario para nuestros alumnos de licenciatura: el *couch*.

CONTENIDO: PRIMERA PARTE. La importancia del capital humano en las sociedades del conocimiento; Capítulo 1. La noción del hombre como punto de partida en la administración del siglo XXI; Capítulo 2. Competencias: manejo de rúbricas, indicadores y procedimientos dentro de los recursos humanos; SEGUNDA PARTE. La administración corporativa de los recursos humanos; Capítulo 3. Planeación estratégica y análisis y diseño de puestos; Capítulo 4. Reclutamiento, selección, contratación e inducción de personal; Capítulo 5. Procesos de desarrollo de la administración de Recursos Humanos; Capítulo 6. Evaluación de 360 grados: la importancia de la retroalimentación organizacional; TERCERA PARTE. Herramientas en el manejo del capital humano; Capítulo 7. Trabajo en grupo y formación de facilitadores; Capítulo 8. Manejo de estrés y negociación; CUARTA PARTE. La administración de los Recursos Humanos en la globalización; Capítulo 9. Relaciones laborales; Capítulo 10. Couch.



- ISBN: 9786074387254
- ISBN ebook: 9786074388732
- Clave: 230274
- 400 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2014



PLANEACIÓN Y CONTROL. UNA VISIÓN INTEGRAL DE LA ADMINISTRACIÓN

■ TORRES, ZACARÍAS ■ TORRES, HELI

Planeación y toma de decisiones son dos conceptos que se encuentran estrechamente relacionados, pues planeación se define como toma de decisiones anticipada, es decir, que en el presente estamos decidiendo lo que habremos de realizar en los años venideros. Los conocimientos teóricos conceptuales de la teoría de las decisiones son sumamente valiosos para cualquier persona que desee mejorar lo que decide. En esta obra aprenderemos algunos conceptos fundamentales de la teoría de decisiones como su definición, los tipos de decisiones, sus modelos, el proceso que se sigue para llegar a una buena decisión, la importancia del aprendizaje y la creatividad del tomador de decisiones, así como el echar mano de las tecnologías más avanzadas para mejorar las decisiones.

Sobra decir que en este proceso, cobra particular interés, el definir bien el problema de la decisión y sobre todo disponer de la mejor información, puesto que son directamente proporcionales la calidad de la información con la calidad de la decisión.

CONTENIDO: Capítulo 1: Fundamentos de toma de decisiones; Capítulo 2: Teoría estadística de decisiones; Capítulo 3: Conceptos y principios esenciales de planeación; Capítulo 4: El plan estratégico. Fase de planeación o formulación de estrategias; Capítulo 5: Los planes tácticos y operativos. Fase de ejecución del plan o implantación de estrategias; Capítulo 6: Conceptos y principios fundamentales de control; Capítulo 7: Estrategias de control Sistemas-Métodos-Técnicas; Capítulo 8: Control de áreas funcionales clave; Capítulo 9: Ciencia y tecnología, Administración y desarrollo; Capítulo 10: Cambio, innovación. Permanentes procesos organizacionales.



ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

■ TORRES, ZACARÍAS ■ TORRES, HELI, ET AL.

Este libro está dirigido a los administradores de proyectos, consultores y asesores, estudiantes de licenciatura y posgrado, profesores e investigadores, miembros de un proyecto, y cualquier persona con interés en esta disciplina de la administración. *Administración de proyectos* aborda el tema en seis partes que incluyen 26 capítulos. La lectura puede ser abordada en su totalidad, o por cada parte, o de preferirlo el lector, puede hacer uso de un capítulo en forma individual. Es una obra pensada tanto para el practicante como el teórico de la administración de proyectos, a un nivel novel o experto. Los proyectos, sean de cualquier giro de negocios, construcción, tecnológicos, editoriales, producción, manufactura, calidad, entre muchos otros requieren de profesionales que los administren para obtener de ellos su máximo beneficio y utilidad. El texto es una fuente de estudio de la administración de proyectos que puede ser acompañada por una lectura del *Project Management Body of Knowledge* (PMBOK) en su cuarta edición. Aborda temas de administración de proyectos de una forma amena y práctica.

CONTENIDO: Capítulo 1. Principios; Capítulo 2. Integración de proyectos; Capítulo 3. Inicio; Capítulo 4. Planeación; Capítulo 5. Ejecución; Capítulo 6. Monitoreo y control; Capítulo 7. Cierre; Capítulo 8. Alcance; Capítulo 9. Costo; Capítulo 10. Tiempo; Capítulo 11. Calidad; Capítulo 12. Recursos Humanos; Capítulo 13. Comunicación; Capítulo 14. Riesgo; Capítulo 15. Abastecimiento; Capítulo 16. Código de ética y conducta profesional; Capítulo 17. Liderazgo; Capítulo 18. Creación de equipos y trabajo en equipo; Capítulo 19. Motivación; Capítulo 20. Ejerciendo influencia; Capítulo 21. Toma de decisiones; Capítulo 22. Cultura y política; Capítulo 23. Negociación; Capítulo 24. Legal; Capítulo 25. Certificación; Capítulo 26. Tendencias.



● ISBN: 9786074384178
 ● ISBN ebook: 9786074388231
 ● Clave: 230131
 ● 350 páginas
 ● 19 × 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2012



PLAN ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS

■ LUNA GONZÁLEZ, ALFREDO C.

En este libro el autor explica el contenido de un plan de negocios estratégico, base para ser tomado en cuenta por todo emprendedor de negocios o para empresas ya en marcha que buscan emprender otras líneas de producto o servicios. Describe por qué es básico seguir una metodología al iniciar un negocio y la importancia de esos pasos para lograr la viabilidad así como sentar bases confiables para alcanzar el efecto competitivo y ventaja competitiva sostenible.

CONTENIDO: Introducción, Parte I. Creatividad y habilidades del emprendedor; Capítulo 2. Habilidades del emprendedor; Parte II. El negocio y sus recursos; Capítulo 1. El negocio; Capítulo 2. Mecánica de fases del negocio; Parte III. Pensamiento estratégico del emprendedor; Capítulo 1. Pensamiento estratégico del emprendedor; Parte IV. Investigación de mercados; Parte V. Estudio técnico. Capítulo 1. Determinación del estudio técnico; Parte VI. Estudio financiero; Capítulo 1. Estudio financiero; Parte VII. Marco legal; Capítulo 1. Marco legal; Capítulo 2. Caso práctico; Glosario de términos, Bibliografía.



● ISBN: 9786077444008
 ● ISBN ebook: 9786077444855
 ● Clave: 230310
 ● 300 páginas
 ● 19 × 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2016



ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

■ GUERRA MUÑOZ, FERNANDO

Estrategias de negociación desarrolla los principales conocimientos teórico-prácticos que se requieren para satisfacer los intereses de las partes en controversia al identificar los valores, los procesos y las competencias de una negociación: así como establecer negociaciones efectivas, los obstáculos que se presentan en la negociación, propuestas de solución a los problemas que se presenten durante la técnica de la negociación.

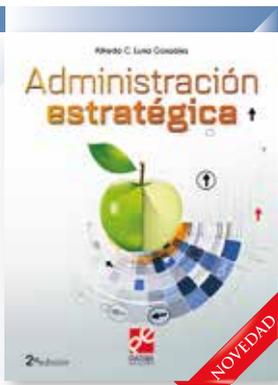
En esta obra se presentan estrategias y técnicas, así como el diseño de argumentación de negociación para crear satisfacción y solución, ventajas y beneficios para ambas partes.

CONTENIDO: Bienvenida, Introducción al tema, Parte I. Introducción a las negociaciones. 1. El ambiente mundial de las negociaciones y el futuro; 2. Análisis de los entornos de actividad económica y social; 3. Negociación, cultura y globalización; 4. Nuevas contrapartes y nuevos mercados potenciales; 5. Nuestro modelo de negociación; 6. Cómo generar un ambiente o clima de negociación; 7. Recomendaciones anticipadas para una negociación; Parte II. Habilidades humanas y de negocios para negociar; 1. Diferencias entre negociar y vender; 2. Analizar los deseos y problemas de la contraparte; 3. Descubrir problemas y deseos con el empleo de preguntas; 4. La asesoría con preguntas. Ayudémosle a pensar; 5. Los argumentos para negociar; 6. Las palabras a emplear; 7. Cómo escuchar para hacer descubrimientos; 8. Las dudas y las objeciones de la contraparte; 8. La aceptación y la firma del acuerdo negociado. Parte III. Los obstáculos en las negociaciones. 1. Las posiciones de los negociadores; 2. Centrarse en los intereses, no en las posiciones; 3. Las fases de la negociación a través del tiempo; 4. Análisis de los obstáculos para la negociación; Parte IV. Las estrategias y habilidades de negociación. 1. Técnicas de negociación; Guías prácticas de negociación; 3. Planeación estratégica de una negociación; Parte V. Caso práctico; Bibliografía.



● ISBN: 9786077449348
 ● ISBN ebook: 9786077449270
 ● Clave: 230358
 ● 300 páginas
 ● 19 × 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2018





- ISBN: 9786075500485
- ISBN ebook: 9786075500492
- Clave: 230374
- 376 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2019



ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, 2A ED.

■ LUNA GONZÁLEZ, ALFREDO C.

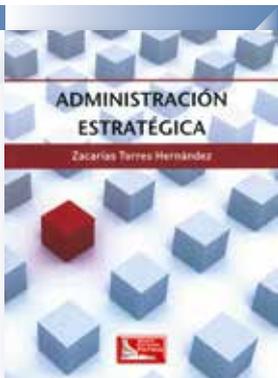
La administración estratégica es un conocimiento elemental para la empresa privada y pública, el cual debe implementar la alta dirección con la participación de los integrantes que laboran en el organismo social.

Actualmente los diversos enfoques de la administración estratégica han logrado su sinergia integral, teniendo como resultado que, al aplicar el capital humano en diferentes empresas se pueda alcanzar con efectividad un proceso de mejora continua sostenible. En este libro el estudiante, profesor, investigador, empresario, directivo, los mandos medios y todo lector interesado, encontrará los fundamentos de la administración estratégica que se deben conocer para lograr una dirección efectiva de toda empresa.

El conocimiento de la administración estratégica, en este texto, es de carácter introductorio y se fundamenta en las teorías de los estudios más reconocidos del pensamiento estratégico, en esta segunda edición se han enriquecido los casos prácticos de empresas, así como las lecturas de caso, se agregó el capítulo de gobierno corporativo con la finalidad de que el lector cuente con una obra de mayor cobertura y aprendizaje tanto teórico como práctico de la administración estratégica e cualquier ámbito empresarial.

CONTENIDO: Parte I. El diagnóstico estratégico integral de la empresa; Capítulo 1. Naturaleza del diagnóstico, Capítulo. Evaluación de las potencialidades de la empresa; Parte II. Fundamentación de la administración

ESTRATÉGICA; Capítulo 3. Antecedentes generales de la administración estratégica, Capítulo 4. Fase de la administración estratégica; Parte III. Análisis estratégico; Capítulo 5. Análisis interno de la empresa, Capítulo 6. Análisis externo de la empresa; Parte IV. Formulación de estrategias; Capítulo 7. Ventaja competitiva, Capítulo 8. Tipos de estrategias empresariales, Capítulo 9. Adaptación de la estrategia en la situación estratégica en la situación específica del ámbito empresarial, Capítulo 10. Implantar la estrategia; Parte V. Liderazgo estratégico; Capítulo 11. Naturaleza del liderazgo estratégico, Capítulo 12. Factores clave de liderazgo estratégico; Parte VI. La ética, Capítulo 13. Fundamentos de la ética, Capítulo 14. Responsabilidad social empresarial, Capítulo 15. Enfoque estratégico de gestión, Capítulo 16. Control estratégico sinérgico de gestión, Capítulo 17. Gobierno corporativo, Glosario, Bibliografía.



- ISBN ebook: 9786074388688
- Clave: 230072
- 400 páginas
- 19 × 23 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2019

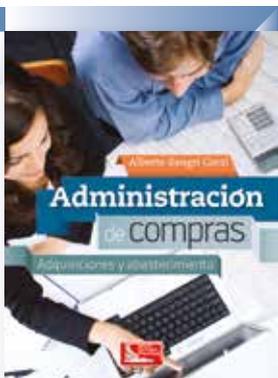


ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

■ TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS

Administración Estratégica es una obra dirigida a los estudiantes tanto de nivel licenciatura como de nivel posgrado; sin embargo, también es un apoyo para los administradores o estrategas que ya se encuentran en la práctica profesional de la administración, ya que aborda los conocimientos teóricos y prácticos de la planeación estratégica dentro de una organización. Es el método que permite detectar cuáles son las áreas, funciones o planteamientos en general que cuentan con posiciones fortalecidas o debilidades que lleven a tomar acciones para enfrentar retos y sus adversidades. El texto está dividido en cuatro partes. Cada una de ellas cuenta con un mapa mental, objetivos, citas memorables, resumen de términos fundamentales, casos para análisis y una lectura complementaria a cada capítulo, todo con la finalidad de que el estudiante o profesional pueda alcanzar los conocimientos y aplicaciones en el desempeño de la administración o planeación estratégica dentro de la organización.

CONTENIDO: Parte I. Conceptos de planeación: Capítulo 1. Planeación. De la planeación empírica al proceso estratégico; Capítulo 2. Administración estratégica. Ámbito contextual; Parte II. Etapa de planeación: Capítulo 1. Revisión de negocio, visión, misión, objetivos, estrategias (actuales). Negocio, visión, misión (nuevos); Capítulo 2. Descripción del entorno externo; Capítulo 3. Descripción del medio ambiente interno; Capítulo 4. Áreas clave para resultados (ACR) y objetivos a largo plazo; Capítulo 5. Áreas clave para resultados (ACR). Estrategias-Categorías; Capítulo 6. Estrategias. Técnicas para formular, evaluar y seleccionar estrategias; Capítulo 7. Estrategias. Elementos o factores de análisis para estrategias exitosas; Parte III. Etapa de implantación o ejecución de estrategias: Capítulo 1. Implantación. Objetivos a corto plazo; Capítulo 2. Implantación. Tácticas. Elementos de análisis; Capítulo 3. Implantación. Proyectos, procesos y funciones; Parte IV. Etapa de control y evaluación: Capítulo 1. Seguimiento y evaluación de resultados.



- ISBN: 9786074386202
- ISBN ebook: 9786074388152
- Clave: 240170
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2013



ADMINISTRACIÓN DE COMPRAS, ADQUISICIONES Y ABASTECIMIENTO

■ SANGRI CORAL, ALBERTO

Administración de compras proporciona una clara explicación de cómo se deben efectuar las compras, para una fácil operación administrativa en donde se aplican los formatos de control de las actividades en el área de adquisiciones de una empresa. Además incluye las bases del procedimiento para llevar a cabo el ciclo de compras desde el requerimiento, hasta el pago de lo adquirido, desarrolla la forma y contenido de una solicitud de cotización, elaboración del cuadro comparativo y las bases para tomar la decisión de seleccionar al proveedor adecuado para el sano crecimiento y control de los insumos en la organización. Contiene numerosos formatos y ejemplos de manual de compras, tipos de licitaciones así como documentación requerida, para la participación de la misma.

CONTENIDO: Agradecimientos, Introducción, Sobre el autor, Capítulo 1: ¿Qué son las compras?; Capítulo 2: Tipos de compras y abastecimiento, Capítulo 3: Conceptualización del departamento de compras; Capítulo 4: Documentos del área de compras; Capítulo 5: El procedimiento del área de compras; Capítulo 6: Selección del proveedor; Capítulo 7: Logística y administración de compras; Bibliografía.

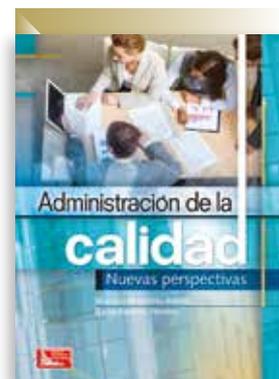


ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD. NUEVAS PERSPECTIVAS

■ MARCELINO ARANDA, MARIANA ■ RAMÍREZ HERRERA, DANIA

Este libro constituye un enfoque novedoso acerca de la calidad, se trata de un trabajo dirigido a todo aquel que requiera conocer a un nivel básico aspectos importantes del tema de la Calidad, como son; la calidad y su evolución, herramientas de la calidad, normas ISO, sistemas de gestión de la calidad y premios nacionales de la calidad, que le lleva a reflexionar sobre la importancia y trascendencia del mismo al analizar el efecto de continuar trabajando con sistemas tradiciones de gestión, invita a tomar una posición decidida por el cambio, entiéndase como cambio a la mejora continua que va a coadyuvar a enfrentar los retos de la globalización. En este punto la obra se aparta del análisis teórico y propone herramientas útiles para una satisfactoria implementación la Norma ISO 9001:2008, determinando como fundamental la intervención de aspectos relevantes como el liderazgo, el personal, enfoque al cliente, enfoque basado en procesos y mejora continua a través de ejemplos y casos de éxito. Para finalizar la obra describe un recorrido intenso y revelador de los premios más importantes de la calidad otorgados a empresas de excelencia y que buscan la consecución de nuevas y mejores prácticas, en un apasionante camino.

CONTENIDO: Capítulo 1. La calidad y su evolución; Capítulo 2. Herramientas de la calidad y uso de la información; Capítulo 3. Modelos normativos; Capítulo 4. Sistema de gestión de la calidad; Capítulo 5. Modelos de calidad, de la gestión a la excelencia; Bibliografía.



- ISBN: 9786074384758
- ISBN ebook: 9786074388169
- Clave: 230135
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2012

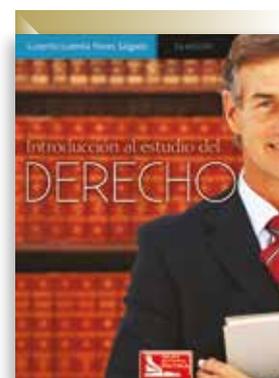


INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO. 2A ED.

■ FLORES SALGADO, LUCERITO LUDMILA

Esta obra va dirigida a todos aquellos estudiantes de primer semestre que cursan la carrera de Derecho, de Criminología, de Sociología, Relaciones Internacionales, Administración de Empresas, Derecho de los Negocios, así como aquellas que tengan afinidad a las Ciencias Sociales, asimismo también va dirigida a aquellas personas que deseen conocer las bases y principios doctrinales del Derecho. El desarrollo de este libro es un análisis de las nociones del derecho, su clasificación, fuentes, análisis del ámbito social, económico y social, que dan lugar al nacimiento de nuevas normas o la modificación de las ya existentes; la función del Derecho Positivo en la actividad del Estado, la Estructura del Estado para la creación y aplicación del Derecho Positivo; así también como, un panorama de los conceptos jurídicos fundamentales de carácter material, como lo son el concepto de persona jurídica y moral, el derecho de petición y derechos políticos, derecho de libertad, derecho de acción y de los conceptos jurídicos de carácter formal, como son el supuesto jurídico, el hecho jurídico, el acto jurídico y deber jurídico, el acto violatorio, la sanción jurídica y la pena.

CONTENIDO: Semblanza; Prólogo; Unidad 1: Realidad y conocimiento del derecho; Unidad 2. Fuentes del derecho; Unidad 3. El estado y su función; Unidad 4. La técnica jurídica; Unidad 5. Conceptos fundamentales, generales y particulares del Derecho Positivo; Unidad 6. Conceptos jurídicos de carácter formal; Bibliografía.



- ISBN: 9786077444541
- ISBN ebook: 9786077444893
- Clave: 230314
- 180 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2016



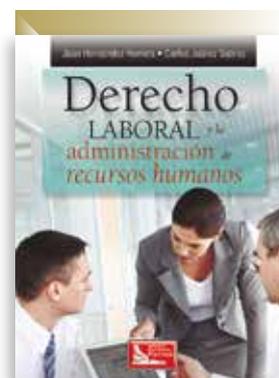
DERECHO LABORAL Y LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

■ HERNÁNDEZ HERRERA, JUAN ■ JUÁREZ SUÁREZ, CARLOS ANTONIO

Derecho laboral y la administración de recursos humanos es una obra actualizada al 2017, basada en la importancia que resulta la reforma laboral del 2012, se presenta de una manera clara, sencilla y precisa en el área laboral enfocada al factor humano. Además, el patrón podrá encontrar herramientas de apoyo que le ayudarán a agilizar el área de recursos humanos respecto a: elaboración de actas administrativas, formatos de uso diario ante la STyPS, aviso de rescisión, escrito de aviso de rescisión ante la Junta de Conciliación y Arbitraje. Convenio de terminación de la relación laboral, finiquito, diversas jurisprudencias útiles para que cumpla con los señalamientos de la Suprema Corte de Justicia de la Nación y así evitar futuros conflictos legales y laborales.

En cada capítulo se agregan resúmenes, casos prácticos y cuestionarios para el estudiante o lector corrobore los conocimientos adquiridos a lo largo del texto.

CONTENIDO: Agradecimientos, Acerca de los autores, Introducción, Prefacio, Capítulo 1. Principios generales; Capítulo 2. Relaciones individuales de trabajo y su duración; Capítulo 3. Jornada de trabajo; Capítulo 4. Salario y protección al mismo; Capítulo 5. Derechos y obligaciones de patrones y trabajadores; Capítulo 6. Capacitación y adiestramiento. De la productividad, formación y capacitación de los trabajadores; Capítulo 7. Riesgos de trabajo, y la higiene y seguridad en el centro de trabajo; Capítulo 8. Nociones de seguridad social; Capítulo 9. Participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa; Capítulo 10. Derechos de preferencia para ascenso por antigüedad; Capítulo 11. El trabajo de las mujeres y de los menores de edad; Capítulo 12. Trabajadores de confianza; Capítulo 13. Relaciones colectivas de trabajo; Capítulo 14. Huelga; Capítulo 15. Trabajos especiales; Capítulo 16. Autoridades laborales y procedimientos ante las mismas; Apéndice: Ejercicios complementarios.



- ISBN: 9786077447962
- ISBN ebook: 9786077440222
- Clave: 230341
- 400 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2017



DERECHO CORPORATIVO EMPRESARIAL

■ ARIAS PURÓN, RICARDO TRAVIS

Derecho corporativo empresarial tiene como propósito que los estudiantes universitarios se familiaricen con los temas fundamentales de la empresa mercantil.

Esta obra desarrolla desde el punto de vista de la disciplina jurídica el origen de la empresa, como una entidad que ejerce una actividad económica y los factores de la producción: capital y trabajo. También analiza el protocolo que se requiere para crear una empresa en México al explicar la ley de Sociedades Mercantiles y sus implicaciones legales. El libro incluye en cada unidad una sección destinada a estimular en el alumno el razonamiento jurídico, así como el deseo de profundizar y valorar el aspecto legal de la experiencia profesional.

CONTENIDO: Agradecimientos, Semblanza del autor, Introducción; Unidad 1. Derecho empresarial y corporativo; Unidad 2. Empresa mercantil; Unidad 3. Creación de sociedad; Unidad 4. Contratos, convenios, y prácticas empresariales; Unidad 5. Contratación y comercio electrónico; Unidad 6. Propiedad industrial; Unidad 7. El régimen fiscal y la contabilidad empresarial; Unidad 8. Problemática empresarial jurídica; Unidad 9. Defensa fiscal corporativa; Bibliografía.



- ISBN 9786077441281
- ISBN ebook: 9786077442660
- Clave: 230291
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2015

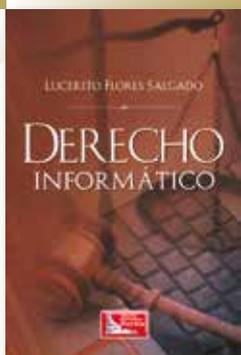


DERECHO INFORMÁTICO

■ FLORES SALGADO, LUCERITO

Derecho informático tiene como objetivo analizar el papel del derecho como regulador del espectro informático. Con el avance tecnológico ha surgido un nuevo paradigma sociotécnico encabezado por la microelectrónica, los biochips, la optoelectrónica y la biotecnología. Dicha innovación ha devenido en el mejoramiento y comercialización de nuevos procesos productivos, además de estructuras de organización social y laboral en el panorama mundial en torno a regulaciones específicas en materia de tecnologías. Esta obra ofrece ampliar los conceptos de información, derecho a la información y de impacto de la sociedad automatizada en las relaciones laborales a través del teletrabajo. También se abordan conceptos generales como la informática jurídica y sus áreas de trabajo, la informática jurídica documental, de control, de gestión, de administración, y la última rama que es la informática jurídica metadocumental o metadecisional.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; Unidad 1. La información como un bien jurídico inmaterial; Unidad 2. La informática jurídica; Unidad 3. El derecho informático; Unidad 4. Análisis de la legislación internacional, nacional y estatal sobre el uso de los medios electrónicos digitales.



- ISBN: 9786074380637
- ISBN ebook: 9786074388695
- Clave: 230088
- 240 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2008



DERECHO MERCANTIL. PARTE GENERAL Y SOCIEDADES

■ PAREDES SÁNCHEZ, LUIS EDUARDO ■ MEADE HERVERT, OLIVER

Este libro explica las bases y fundamentos del derecho mercantil, del derecho comparado y del análisis propio de las figuras jurídicas. En la exposición del texto se expresan criterios modernos y prácticos para entender nuestra legislación y adecuarla a las complejas necesidades actuales del comercio, tanto nacional como extranjero.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; Primera parte: Capítulo I. Concepto y fuentes; Capítulo II. Historia; Capítulo III. Distinción entre derecho civil y mercantil y criterios de mercantilizado; Capítulo IV. Acto de comercio; Capítulo V. Sujeto de comercio. Comerciante; Capítulo VI. Negociación mercantil o empresa; Capítulo VII. Obligaciones del comerciante; Capítulo VIII. Auxiliares mercantiles; Capítulo IX. Registro público de comercio; Segunda Parte: Sociedades mercantiles: Capítulo I. Concepto; Capítulo II. Personalidad Jurídica; Capítulo III. Atributos de la personalidad y elementos esenciales de las sociedades mercantiles; Capítulo IV. Constitución de sociedades mercantiles; Capítulo V. Representación de las sociedades mercantiles; Capítulo VI. Socios y sociedades respecto de los acreedores de ambos; Segunda parte: Capítulo I. Sociedad Anónima; Capítulo II. Sociedad en nombre colectivo; Capítulo III. Sociedad en comandita simple; Capítulo IV. Sociedad de responsabilidad limitada; Capítulo V. Sociedad en comandita por acciones. Sección tercera: Capítulo I. Régimen del capital variable; Sección cuarta: Capítulo I. Fusión de sociedades mercantiles; Capítulo II. Transformación; Capítulo III. Escisión. Sección quinta: Capítulo I. Disolución; Capítulo II. Liquidación; Tercera parte: Sociedades extranjeras de naturaleza mercantil; Cuarta parte: Asociación en participación.



- ISBN ebook: 9786074388565
- Clave: 230234
- 336 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2009

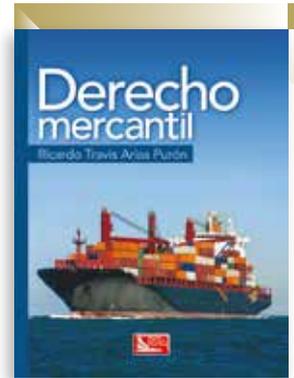


DERECHO MERCANTIL

■ ARIAS PURÓN, RICARDO TRAVIS

Este libro explica las bases y fundamentos del derecho mercantil, del derecho comparado y del análisis propio de las figuras jurídicas, se explica la aplicación en el derecho mercantil, actos de comercio, la empresa y sus elementos, se desarrolla de una manera práctica nuestra legislación además de adecuarla a las complejas necesidades actuales del comercio, tanto nacional como extranjero.

CONTENIDO: Introducción, 1. Introducción al estudio del derecho mercantil; 2. El comerciante; 3. Propiedad industrial; 4. Las sociedades mercantiles; 5. Disolución y liquidación de las sociedades mercantiles; 6. Fusión y transformación de las sociedades mercantiles; 7. Sociedad anónima; 8. Sociedad de responsabilidad limitada; 9. Sociedad cooperativa; 10. La asociación en patrimonio; 11. Títulos y operaciones de crédito; 12. Contratos mercantiles; 13. Ley de concursos mercantiles; 14. Sistema financiero mexicano.



© ISBN: 9786077443773
 © ISBN ebook: 9786077444831
 © Clave: 240222
 © 300 páginas
 © 19 x 25 cm
 © Rústica
 © 1a ed.
 © Año: 2016

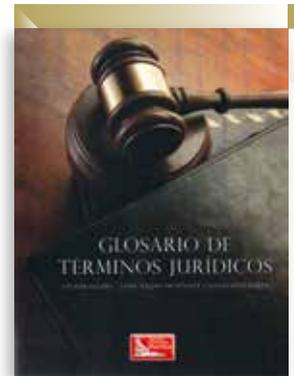


GLOSARIO DE TÉRMINOS JURÍDICOS

■ ALFARO JIMÉNEZ, VÍCTOR ■ LEÓN MELÉNDEZ, GEORGE ■ NARES RODRÍGUEZ, GUILLERMO

Esta obra trata de auxiliar en el análisis de los términos más usuales en derecho. No se trata de un diccionario jurídico, sino de un glosario que retoma la terminología más usual, entre la que se encuentran expresiones latinas, modismos jurídicos y conocimientos generales de algunos temas. Pretende satisfacer la preocupación de contar con un texto que contenga los significados más comunes de los términos jurídicos, tanto para los alumnos como para los profesionistas, sin que sea precisamente un diccionario, sino un texto de consulta rápida. El lector encontrará en la primera parte el significado de las palabras más recurrentes en el ámbito del derecho en sus diversas áreas (civil, mercantil, penal, laboral, constitucional, económico, informática y otros que se insertan). En la segunda parte encontrará los términos desarrollados en forma de temas, como derecho administrativo, constitucional, electoral, financiero, informático, mercantil, civil, familiar, fiscal, laboral, procesal civil y sociología jurídica.

CONTENIDO: Primera parte: Presentación; Palabras de la A - Z. Segunda parte: Presentación temática.



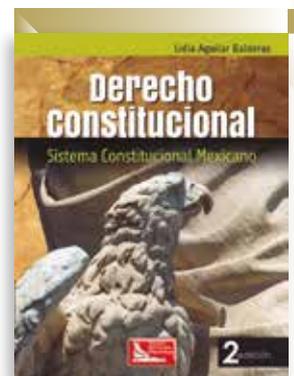
© ISBN: 9789708172660
 © Clave: 230246
 © 516 páginas
 © 21 x 27 cm
 © Rústica
 © 1a ed.
 © Año: 2008

DERECHO CONSTITUCIONAL. SISTEMA CONSTITUCIONAL MEXICANO

■ AGUILAR BALDERAS, LIDIA

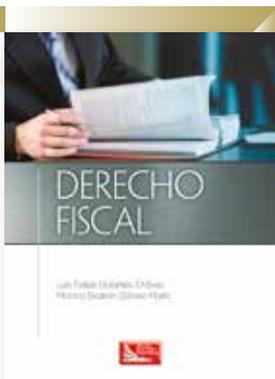
Con este texto se intenta despertar en el lector la reflexión de la importancia que las instituciones jurídico-políticas tienen en nuestra vida cotidiana. Para provocar este interés, el presente trabajo incita al análisis sobre el origen y evolución del derecho constitucional en una sociedad políticamente organizada. Se aborda el tema del constitucionalismo y el estudio del poder público desde la perspectiva doctrinaria. Se aborda de forma clara y sencilla el carácter con el que se crean las constituciones, el entramado institucional que surge de ellas, los elementos que permiten su creación, su aplicación y la manera como funciona en una sociedad regida por el derecho positivo sustentado en el marco normativo supremo. Para ello, se analizan las diferentes teorías y concepciones del derecho constitucional, para luego examinar cada uno de los aspectos que configuran la existencia de un orden jurídico supremo denominado Constitución; de esta forma, veremos qué es un poder constituyente originario, qué aspectos lo diferencian de un poder constituyente permanente, cómo se clasifican las constituciones según las reflexiones teóricas de diversos especialistas en la materia; luego razonaremos cuáles son los aspectos que permiten que pueda crearse una ley suprema y cómo se logra que ésta sea reconocida y aceptada en una sociedad determinada.

CONTENIDO: Prólogo; Sistema Constitucional Mexicano; Capítulo 1. Elementos integradores de las sociedades políticamente organizadas; Capítulo 2. Constitución; Capítulo 3. Elementos del estado constitucional; Capítulo 4. Los derechos fundamentales en el Estado mexicano; Capítulo 5. La organización del gobierno en el sistema constitucional mexicano; Capítulo 6. Análisis del sistema constitucional mexicano de 1917; Capítulo 7. Revisión histórica del sistema constitucional mexicano; Capítulo 8. Las reformas y adecuaciones a la constitución de 2011 a 2017; Capítulo 9. Las incompatibilidades de la constitución mexicana en el sistema político mexicano; Glosario de términos; Anexos; Anexo I. Carta de Derechos y Deberes del Hombre y del Ciudadano de 1789; Anexo II. Declaración universal de los Derechos Humanos de 1948; Anexo III. Declaración Interamericana de los Derechos y deberes del Hombre; Bibliografía.



© ISBN ebook: 9786077447443
 © Clave: 230108
 © 276 páginas
 © 2a ed.
 © Año: 2017





- ISBN: 9786074385366
- ISBN ebook: 9786074388633
- Clave: 230258
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2012



DERECHO FISCAL

■ DORANTES, LUIS FELIPE ■ DE LA MORA, LUIS ALBERTO

La relación jurídica-tributaria deviene de la potestad de la autoridad fiscal de realizar el cobro de las contribuciones y de nuestra obligación que como contribuyentes tenemos de aporlarlas, a cambio de bienes y servicios.

No obstante que la materia fiscal encuentra sus bases en las leyes, la misma, dada su importancia, abarca no solamente el estudio por parte de los abogados, sino de varias profesiones.

La exposición del presente libro está elaborada de tal forma que puede ser utilizada no sólo por los especialistas, sino por todos aquellos que sin contar con una formación jurídica estén interesados en entrar al estudio de las cuestiones fiscales y no se encuentren familiarizados con las leyes aplicables.

Al tener como meta introducir al Derecho Fiscal a todos aquellos que no cuenten con una formación jurídica, la presente obra funciona como una herramienta útil que abarca los temas desde una óptica distinta, exponiendo con una cátedra digerible un programa completo de Derecho Fiscal para los programas universitarios actuales de las ramas económico-administrativas.

La obra cuenta con un desarrollo práctico para contadores y administradores, con ejercicios que permitirán entender y poner en práctica los temas expuestos en cada uno de los capítulos.



CONTENIDO: Capítulo 1. Derecho fiscal; Capítulo 2. Finanzas Públicas; Capítulo 3. Normatividad jurídica general; Capítulo 4. Normatividad jurídica fiscal especial; Capítulo 5. Contribuciones; Capítulo 6. Obligaciones fiscales; Capítulo 7. Extinción de las obligaciones fiscales; Capítulo 8. Facultades de comprobación de las autoridades fiscales; Capítulo 9. Medios de impugnación; Bibliografía.



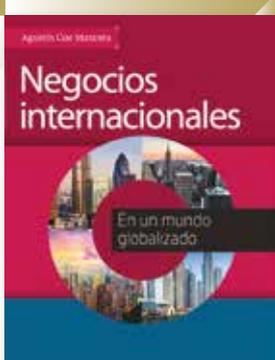
- ISBN: 9786074384987
- Clave: 230137
- 305 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2012

CONCEPTOS JURÍDICOS FUNDAMENTALES. DERECHO

■ ARIAS PURÓN, RICARDO

Conceptos jurídicos fundamentales, Derecho tiene el propósito de que los estudiantes universitarios se familiaricen con los temas que sirven de fundamento para la construcción del edificio del Derecho en México. Tiene como fin que el estudiante adquiera una noción, un aprendizaje inicial sobre el Derecho en México, considerando las nociones básicas legales del derecho civil, en el derecho constitucional, como columna vertebral del sistema jurídico mexicano así como el derecho administrativo que provee a la observancia de las normas primarias de organización del Estado. El libro incluye en cada unidad una sección destinada a estimular en el alumno el razonamiento jurídico y el deseo de profundizar y valorar el aspecto legal de la experiencia profesional.

CONTENIDO: Unidad I. Introducción al estudio del Derecho; Unidad II. Concepto de Derecho; Unidad III. Hecho jurídico; Unidad IV. Hermenéutica e interpretación jurídicas; Unidad V. Concepto de Derecho Civil; Unidad VI. Personas; Unidad VII. Bienes y derechos reales; Unidad VIII. Obligaciones; Unidad IX. Contratos; Unidad X. Derecho constitucional; Unidad XI. El Estado; Unidad XII. Organismos descentralizados; Unidad XIII. Concepto de Derecho Administrativo; Unidad XIV. Administración Pública Federal; Unidad XV. El acto administrativo; Apéndice: Ejercicios de reflexión.



- ISBN: 9786077441076
- ISBN ebook: 9786077442608
- Clave: 240204
- 400 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2015



NEGOCIOS INTERNACIONALES. EN UN MUNDO GLOBALIZADO

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN

En la etapa actual de la globalización de la economía y las finanzas, un número creciente de empresas, provenientes de diversas regiones del mundo, se incorpora a la práctica de los negocios internacionales. Al mismo tiempo, en algunas naciones prevalecen las dudas y los temores de que el proceso globalizador las perjudique, por lo cual promueven medidas que limitan la actividad internacional de las empresas. La disyuntiva que se presenta es la de aprovechar las ventajas del entorno globalizado, o bien, distanciarse de él, en la mayor medida posible, con medidas de protección comercial y de desaliento a la inversión extranjera, entre otras. En este libro se exponen con claridad los desafíos que enfrentan los negocios internacionales, así como los riesgos y beneficios que provienen de la actividad económica y financiera que trasciende las fronteras nacionales. Sin duda, la mejor forma de entender los negocios internacionales, en su dinámico entorno, requiere de un enfoque teórico sólido, así como de una apreciación realista de la forma en que ellos se desenvuelven en la actualidad. Estos son los objetivos primordiales del libro *Negocios internacionales. En un mundo globalizado*.

CONTENIDO: Primera parte. La globalización en el mundo contemporáneo; Capítulo 1. Causas y efectos de los negocios internacionales; Capítulo 2. La importancia de los entornos legales, culturales y políticos; Capítulo 3. La responsabilidad ética y social de la empresa; Segunda parte. El escenario internacional; Capítulo 4. El comercio y la inversión internacionales; Capítulo 5. El Sistema Monetario Internacional y la Balanza de Pagos; Capítulo 6. El mercado de divisas y los mercados financieros; Capítulo 7. Las políticas comerciales y la integración regional; Tercera parte. La gestión de los negocios internacionales; Capítulo 8. Los desafíos y las estrategias de los negocios internacionales; Capítulo 9. Las alianzas estratégicas en el ámbito internacional; Capítulo 10. La mercadotecnia de la empresa internacional; Capítulo 11. La gestión financiera de la empresa internacional; Capítulo 12. La gestión de los recursos humanos de la empresa internacional. Apéndices.



MICROECONOMÍA. LA ECONOMÍA EN LA EMPRESA

■ MÉNDEZ MORALES, JOSÉ SILVESTRE

Microeconomía. La economía en la empresa se escribió pensando en los estudiantes que cursan las carreras relacionadas con el desarrollo de las empresas, como: contadores, administradores, economistas, licenciados en informática, negocios internacionales y carreras afines.

El texto presenta los elementos económicos principales concernientes al desarrollo empresarial, aborda los aspectos teórico-prácticos de funcionamiento económico de las empresas y de la conducta del consumidor.

El libro contiene unidades que cubren los temas principales de un curso introductorio de microeconomía, cada unidad posee: objetivo particulares y específicos, introducción, cuadros, sinópticos, evaluaciones al inicio de cada unidad, lecturas recomendadas, ejercicios matemáticos aplicados a la microeconomía, índice analítico y glosario.

CONTENIDO: Dedicatoria; Acerca del autor; Prefacio; Introducción general; Unidad 1. Economía: un enfoque empresarial, Unidad 2. Clasificación empresarial, Unidad 3. Teoría del consumidor, Unidad 4. Teoría de la empresa: producción, Unidad 5: Teoría de la empresa: costos, Unidad 6. Teoría del mercado: oferta, demanda y precio, Unidad 7. El mercado de factores productivos, Unidad 8. El equilibrio de la empresa, Unidad 9. Productividad, rentabilidad y competitividad, Ejercicios, Glosario, Bibliografía.



- ISBN: 9786075502786
- ISBN ebook: 978607550279
- 360 páginas
- 21 x 27 cm
- 1a ed.
- Año: 2019



FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. ECONOMÍA DE LA EMPRESA. SERIE UNITEC

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN ■ QUINTANA ROMERO, LUIS

Esta obra está escrita con el propósito de que el alumno comprende los aspectos esenciales que utilizan los economistas profesionales, al analizar los problemas macroeconómicos y microeconómicos. Por ello, la obra recurre a los principios básicos de la economía y sus aplicaciones al mundo en que vivimos; de esta manera el lector sabrá que es posible utilizar con provecho el enfoque económico en una gran variedad de situaciones; además de que se explican las funciones que cumplen la oferta y la demanda en diversos ámbitos: en los mercados de bienes y de servicios; así como los de factores (capital y trabajo). También se explica la importancia de la política económica, sus alcances y limitaciones. Cada capítulo incluye lecturas, casos de estudios y ejercicios para corroborar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

CONTENIDO: Acerca de los autores; Prólogo; Capítulo 1. La importancia del análisis económico; Capítulo 2. Las estructuras de mercado; Capítulo 3. Las elasticidades y sus aplicaciones; Capítulo 4. La oferta y la demanda de trabajo; Capítulo 5. Fundamentos de la política económica; Capítulo 6. El consumidor y la demanda individual; Capítulo 7. La producción y los costos de las empresas; Capítulo 8. Empresa, oferta del mercado y la decisión óptima para producir.



- ISBN: 9786077447221
- ISBN ebook: 9786077448044
- Clave: 230336
- 300 páginas
- 21 x 27 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2017



PROBLEMARIO DE MACROECONOMÍA

■ VIRUETE ROJAS, JUAN LUIS

La macroeconomía en definitiva trata el bienestar de la sociedad, los datos estadísticos que compone la Contabilidad Nacional apuntala a las instituciones en dirigir la economía por los mercados que le permitan obtener los objetivos estimados y deseados. En la Contabilidad Nacional hay un uso frecuente del Producto Interno Bruto (PIB) que es la suma del valor de los bienes y servicios producidos en un país en un determinado periodo.

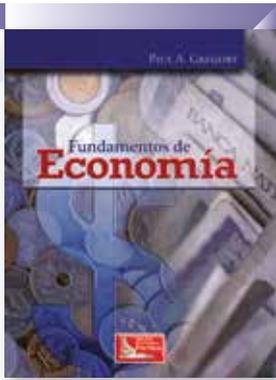
Con la propuesta del problemario enfocado a la Macroeconomía; muestra un enfoque significativo respecto a los planteamientos de análisis que adopta una orientación agregada de las variables como es el empleo, el ahorro y el consumo debido a que la Macroeconomía se ocupa del funcionamiento de la economía con el propósito de una visión que permita conocer y actuar sobre el nivel de la actividad económica.

CONTENIDO: Presentación, Unidad 1. Macroeconomía; Unidad 2. Contabilidad Nacional, Unidad 3. Inflación y desempleo; Unidad 4. El dinero y la banca, Unidad 5. Presupuesto, política fiscal y la demanda agregada; Unidad 6. Comercio internacional, Unidad 7. El tipo de cambio, Unidad 8. Balanza de pagos.



- ISBN: 9786077449355
- ISBN ebook: 9786077449416
- Clave: 230359
- 200 páginas
- 19 x 25 cm
- 1a ed.
- Año: 2018





- ISBN: 9789682613197
- Clave: 230169
- 291 páginas
- 19 × 25 cm (Libro)
- 15.5 × 22.5 cm (Guía)
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 1998

FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. LIBRO Y GUÍA

■ GREGORY, PAUL A.

Fundamentos de economía es un texto escrito para un curso completo, a nivel básico, de economía moderna —macro y micro—, incluidos los temas más importantes de economía internacional. Está diseñado para un semestre y, básicamente, dirigido a estudiantes de otras áreas que requieren conocer los fundamentos de la disciplina. Los conceptos se desarrollan en términos intuitivos con ayuda de gráficas y explicaciones. El texto se acompaña de una guía de estudio.

CONTENIDO: Parte I. Conceptos básicos de economía: 1. Escasez, elección y costos de oportunidad; 2. Cómo funciona una economía de mercado: el sistema de precios; 3. Demanda, oferta y elasticidad; 4. Economía de la información; Parte II. Conceptos esenciales de microeconomía: 5. Costos y productividad; 6. Mercados competitivos; 7. Monopolio y oligopolio; 8. Mercados de factores: los precios del trabajo, el capital y la tierra; Parte III. Conceptos esenciales de macroeconomía: 9. Temas macroeconómicos: crecimiento y ciclo de los negocios; 10. Demanda y oferta agregadas; 11. El dinero y la banca; 12. Inflación, desempleo y estancamiento; 13. Estabilización; Parte IV. Temas selectos de economía; 14. Comercio internacional; 15. El sistema monetario internacional; 16. Gasto público, impuestos y déficit; 17. Externalidades y hacienda pública; Glosario; Índice.



- ISBN: 9786074381214
- ISBN ebook: 9786074388473
- Clave: 230095
- 328 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica pegada
- 1a ed.
- Año: 2009



FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN ■ QUINTANA ROMERO, LUIS

Esta obra fue escrita con el propósito de que el alumno comprenda los aspectos esenciales que utilizan los economistas profesionales al analizar los problemas microeconómicos y macroeconómicos. Por ello, la obra recurre a los principios básicos de la economía y sus aplicaciones al mundo en que vivimos; de esta manera, el lector sabrá que es posible utilizar con provecho el enfoque económico en una gran variedad de situaciones. Por ejemplo, muchos temas de otras ciencias sociales e incluso de la contabilidad o ingeniería, pueden estudiarse con mayor eficiencia si se comprenden los aspectos fundamentales de la ciencia económica. El libro aborda temas relacionados con el estallido de la crisis financiera y se incorporan ejemplos de la situación mundial actual, por lo que busca fortalecer la capacidad analítica del alumno.

CONTENIDO: Prefacio; Capítulo 1. La importancia del análisis económico; Capítulo 2. El dinero, el sistema financiero y el banco central; Capítulo 3. Oferta, demanda y elasticidades; Capítulo 4. La producción y los costos de las empresas; Capítulo 5. Las estructuras del mercado; Capítulo 6. Externalidades y otras fallas del mercado; Capítulo 7. La oferta y demanda del trabajo; Capítulo 8. Conceptos macroeconómicos básicos; Capítulo 9. Los modelos clásico y keynesiano; Capítulo 10. El crecimiento económico; Capítulo 11. Fundamentos de la política económica; Capítulo 12. La importancia de la dimensión espacial en la economía.



- ISBN: 9786077446828
- ISBN ebook: 9786077446835
- Clave: 230332
- 400 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2017



MACROECONOMÍA

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN

En esta obra se aborda el enfoque Macroeconómico, el cual permitirá a estudiante analizar el comportamiento de las economías de mercado en la actualidad. Al explicar los conceptos macroeconómicos fundamentales, se utilizan numerosos ejemplos relativos a la economía mexicana. Asimismo, se destaca la importancia de la economía internacional contemporánea, la cual presenta diversos desafíos, así como posibilidades de desarrollo para todos los países.

CONTENIDO: Prólogo, Acerca del autor; Capítulo 1. Los principios básicos del análisis económico; Capítulo 2. El sistema de mercado: la oferta y la demanda; Capítulo 3. Los conceptos básicos de la macroeconomía; Capítulo 4. El equilibrio macroeconómico a corto plazo; Capítulo 5. La determinación del ingreso de equilibrio económico a largo plazo; Capítulo 6. Aspectos monetarios de la macroeconomía; Capítulo 7. El ciclo y el crecimiento económicos; Capítulo 8. La estabilización de la actividad económica: su alcance y sus limitaciones; Capítulo 9. La política económica en México durante el periodo 1970-2000; Capítulo 10. La política económica de México en la alternancia (2000-2012); Capítulo 11. La política económica en el gobierno de Enrique Peña Nieto; Capítulo 12. El comercio internacional y el mercado de divisas; Capítulo 13. Sistemas monetarios internacionales: contexto y evaluación. El régimen de tipo de cambio fijo; Capítulo 14. Sistemas monetarios internacionales: contexto y evaluación. El régimen de tipo de cambio flexible.



MICROECONOMÍA

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN

En este libro se explican de manera accesible los conceptos, las ideas y los temas más relevantes que se estudian en la Microeconomía; por ejemplo, *el análisis del equilibrio de mercado*, en el cual interactúan *la oferta y la demanda*. A partir de su comprensión, el estudiante será capaz de aplicar el análisis económico a múltiples aspectos prácticos de la *vida cotidiana*, ya que ésta debe ser el centro de atención que guíe sus esfuerzos. En efecto, mediante un análisis riguroso se muestra el comportamiento nacional e internacional de los participantes individuales de los mercados: empresas, personas y gobiernos.

Por supuesto, en cada capítulo se incluyen los instrumentos pedagógicos que requiere un libro de texto: Resumen, Comentario Final, Puntos para Recordar, así como Preguntas y Ejercicios. Por otro lado, en los Recuadros que acompañan a la obra se profundiza un tema, se enriquece el contexto de un acontecimiento o bien se enfatiza una idea importante.

CONTENIDO: Introducción; Capítulo 1. El análisis económico; Capítulo 2. Los conceptos y las ideas fundamentales de la microeconomía; Capítulo 3. La oferta y la demanda; Capítulo 4. Las aplicaciones de la oferta y de la demanda; 4 A. Apéndice. Las elasticidades; Capítulo 5. La elección del consumidor; Capítulo 6. La producción y los costos; Capítulo 7. La competencia perfecta y el monopolio; Capítulo 8. La competencia monopolista y el oligopolio; Capítulo 9. El mercado de trabajo en la competencia perfecta; Capítulo 10. El mercado de trabajo en la competencia imperfecta; Capítulo 11. El comercio internacional; Capítulo 12. El análisis económico del medio ambiente; Capítulo 13. La desigualdad, la pobreza y la discriminación; Capítulo 14. La desintegración del socialismo y la transición al capitalismo.



- ISBN: 9786075501680
- ISBN ebook: 9786075501727
- Clave: 230385
- 350 páginas
- 21 × 27 cm
- 1a ed.
- Año: 2019

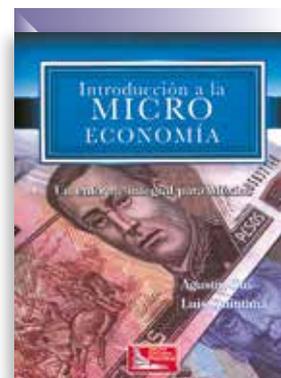


INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA. UN ENFOQUE INTEGRAL PARA MÉXICO

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN ■ QUINTANA ROMERO, LUIS

Introducción a la microeconomía. Un enfoque integral para México analiza el comportamiento de unidades pequeñas como el papel de los consumidores en el mercado, trabajadores, ahorradores, administradores de negocios, empresas, industrias, individuales y mercados, etc. Sin embargo, la microeconomía no está limitada a temas pequeños, ya que también refleja el hecho de que muchos grandes tópicos se comprenden mejor si se reconoce que están compuestos por numerosas partes de menor dimensión dentro de la economía.

CONTENIDO: Prefacio; Primera parte. Aspectos básicos: Capítulo 1. La perspectiva del economista; Capítulo 2. Escasez y elección; Segunda parte. Microeconomía: Capítulo 3. El consumidor y la demanda individual; Capítulo 4. El modelo de la oferta y la demanda; Capítulo 5. Las elasticidades y sus aplicaciones; Capítulo 6. Los costos de la actividad productiva; Capítulo 7. Empresa, oferta del mercado y la decisión óptima para producir; Capítulo 8. La competencia perfecta y el monopolio puro; Capítulo 9. La competencia monopolista y el oligopolio; Capítulo 10. Las externalidades y la intervención del gobierno; Capítulo 11. La oferta y la demanda del factor trabajo; Tercera parte. Política económica: Capítulo 12. Panorama de la política económica en México (1994-2006); Cuarta parte. Economía Internacional; Capítulo 13. El comercio internacional; Capítulo 14. Integración económica.



- ISBN: 9789708170086
- ISBN ebook: 9786074388428
- Clave: 230120
- 350 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2008



INTRODUCCIÓN A LA MACROECONOMÍA. UN ENFOQUE INTEGRAL PARA MÉXICO

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN ■ QUINTANA ROMERO, LUIS

Esta obra aborda el tema de la macroeconomía a través del método de datos y sucesos reales y de modelos económicos y de investigación para explicar de forma sencilla cómo funciona la economía mundial. Utiliza un enfoque lógico e intuitivo para hacer al lector más ameno el entendimiento de dicha materia a través del uso de datos históricos y contemporáneos de todo el mundo.

CONTENIDO: Prefacio; Primera parte. Aspectos básicos: Capítulo 1. La perspectiva del economista; Capítulo 2. Escasez y elección; Segunda parte. Macroeconomía: Capítulo 3. Conceptos macroeconómicos básicos; Capítulo 4. La determinación del ingreso de equilibrio en el corto plazo, el enfoque keynesiano; Capítulo 5. La determinación del ingreso de equilibrio en el largo plazo. El enfoque clásico; Capítulo 6. El dinero, los bancos y el Banco de México; Capítulo 7. El ciclo de los negocios y el crecimiento económico; Tercera parte. La política económica: Capítulo 8. Objetivos e instrumentos de la política económica; Capítulo 9. Alcances y limitaciones de la política económica; Capítulo 10. Panorama de la política económica en México (1910-1982); Capítulo 11. Panorama de la política económica en México (1982-1994); Capítulo 12. Panorama de la política económica en México (1994-2006). Cuarta parte. Economía internacional: Capítulo 13. Finanzas internacionales en el mercado de divisas y el tipo de cambio; Capítulo 14. El sistema monetario internacional de Bretton Woods; Capítulo 15. El sistema monetario internacional desde 1973.



- ISBN: 978970170079
- ISBN ebook: 9786074388497
- Clave: 230219
- 350 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2008



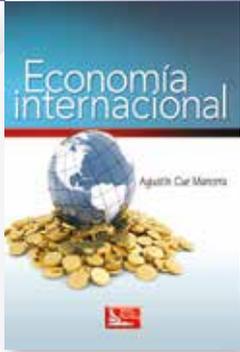
ECONOMÍA INTERNACIONAL

■ CUE MANCERA, AGUSTÍN

Este libro ayudará al lector a comprender la problemática económica mundial a fondo, al combinar el rigor analítico con la información de los sucesos más importantes del mundo en que vivimos. La obra se divide en dos partes: la primera analiza los enfoques más relevantes del comercio internacional, así como de la política comercial; la segunda, analiza los principales aspectos de las finanzas internacionales.

En un mundo globalizado lo que acontece en un extremo del planeta repercute con rapidez en el resto del mundo. Por ejemplo, muchas economías dependen de lo que ocurre en Estados Unidos, en el Sureste Asiático o en las naciones de la Unión Europea, así como de las políticas económicas que se lleven a cabo en esas regiones. En consecuencia, el estudiante de Economía y de otras especialidades debe contar con conocimientos actualizados para comprender las principales tendencias económicas de nuestro tiempo.

CONTENIDO: Capítulo 1. Panorama de la economía internacional; Capítulo 2. La teoría de la ventaja comparativa; Capítulo 3. La teoría de la proporción de factores (H-O-S); Capítulo 4. Las nuevas teorías del comercio internacional; Capítulo 5. La política comercial internacional; Capítulo 6. La contabilidad nacional y la balanza de pagos; Capítulo 7. El mercado de divisas y el tipo de cambio; Capítulo 8. El análisis a corto plazo: el dinero, la tasa de interés y el tipo de cambio; Capítulo 9. El análisis a largo plazo: el nivel de precios y el tipo de cambio; Capítulo 10. El nivel de producción y el tiempo de cambio; Capítulo 11. El sistema monetario internacional: las reglas de juego.



- ISBN: 9786074382174
- ISBN ebook: 9786074388428
- Clave: 230110
- 304 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2010



COMERCIO INTERNACIONAL

■ VÁZQUEZ SANDOVAL, MANUEL ■ MADRIGAL PRECIADO, RAÚL JAVIER

Es una obra dirigida a los estudiantes de los primeros cursos de las licenciaturas administrativas, como administración de empresas, sistemas y administración financiera, sistemas de información, mercadotecnia y negocios internacionales. Es de vital interés para todas las licenciaturas que se orientan al comercio de los pueblos y naciones, sus procesos, tendencias actuales y el papel que deben jugar las empresas en esta materia. En todas las unidades temáticas de este libro se hace referencia a la importancia de cada aspecto de la realidad mexicana relacionado con el comercio internacional, y en varias se concluye con una propuesta a la situación actual de nuestro país.

CONTENIDO: Unidad 1. Fundamentos del comercio internacional; Unidad 2. Flujos monetarios relacionados con el comercio internacional; Unidad 3. Relaciones comerciales internacionales; Unidad 4. Estrategias competitivas en el comercio internacional; Unidad 5. Participación de las empresas en el comercio internacional.



- ISBN: 9789708170666
- Clave: 230222
- 142 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica pegada
- 1a ed.
- Año: 2007

LA SEGURIDAD COLECTIVA INTERNACIONAL

■ MONTES, TOMÁS

La presente obra se centra en las iniciativas hacia un sistema de seguridad colectiva, las cuales han representado un reto constante en la mente de sus inspiradores desde la asunción del Estado-Nación en el siglo XVI dentro del sistema internacional moderno. En diferentes épocas y situaciones coyunturales, los Estados más poderosos se han dirigido hacia él para fortalecer su posición y recientemente para institucionalizar sus intereses hegemónicos a nivel global como regional, desvirtuando la esencia de sus postulados, los cuales, sin embargo, han ido avanzando desde la perspectiva del Derecho internacional contemporáneo.

CONTENIDO: Capítulo I. La seguridad Colectiva como la innovación en la Defensa Común y las Relaciones Internacionales; Capítulo II: El sistema de seguridad colectiva internacional alternativo a la Organización de las Naciones Unidas; Capítulo III: El fin de la Guerra Fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética y sus implicaciones en el sistema de seguridad colectiva internacional; Capítulo IV: La crisis del sistema de seguridad colectiva y de lucha contra el terrorismo internacional. Reflexiones finales; Bibliografía; Abreviaturas.



- ISBN ebook: 9786075501703
- Clave: 370160
- 180 páginas
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2019

DISPONIBLE SOLO EN
FORMATO DIGITAL

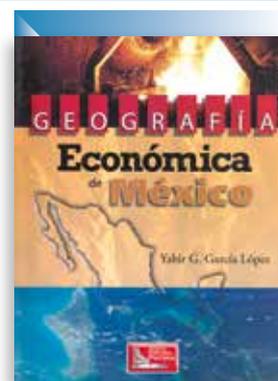
NOVEDAD

GEOGRAFÍA ECONÓMICA DE MÉXICO

■ GARCÍA LÓPEZ, YAHIR G.

El presente libro es un viaje inacabado, ya que la geografía económica en nuestro país cambia día con día, se modifica, se reestructura y se transforma. Asimismo, se han seleccionado sitios web relacionados, los cuales podrán ser consultados para complementar información, contestarla o bien investigar nuevas y actuales estadísticas y cuadros. Al final de la obra se ha incluido como apoyo didáctico y visual un lustroso atlas fotográfico de México por región geoeconómica, el cual ilustra las manifestaciones en las diferentes zonas de México.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; Capítulo 1. Geografía física de México; Capítulo 2. Geografía económica de México; Capítulo 3. Zonas y regiones económicas de México; Capítulo 4. Desarrollo económico sustentable; Capítulo 5. Sector agropecuario en México; Capítulo 6. Sector industrial en México; Capítulo 7. Sector de servicios en México; Capítulo 8. Sector económico externo de México; Bibliografía.



- © ISBN ebook: 9786074388787
- © Clave: 230233
- © 416 páginas
- © 1a ed.
- © Año: 2007

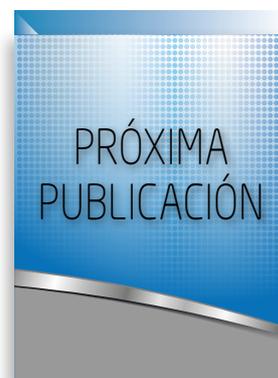


MATEMÁTICAS FINANCIERAS. CON APLICACIONES EN EXCEL, 3A ED.

■ RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS ■ PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC ■ RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA

Esta obra proporciona una herramienta básica de análisis para el inversionista, el pequeño ahorrador, el analista financiero moderno, entre otros profesionales y estudiantes. En *Matemáticas financieras con aplicaciones en Excel*, 3a ed., se han añadido temas nuevos como series y sucesiones, mayor número de ejemplos y ejercicios a resolver, aplicaciones en nuestra plataforma SALI que le permitirán al estudiante analizar los problemas como: la inversión de un capital, la solicitud de crédito, la compra de un equipo o maquinaria, o bien cualquier operación monetaria que involucre una decisión de modo objetivo.

CONTENIDO: Introducción; Capítulo 1. Series y sucesiones; Capítulo 2. Interés simple; Capítulo 3. Descuento simple; Capítulo 4. Interés compuesto; Capítulo 5. Anualidades; Capítulo 6. Amortización; Capítulo 7. Depreciación; Apéndices.



- © ISBN: En trámite
- © ISBN ebook: En trámite
- © Clave: 230390
- © 400 páginas
- © 21 x 27 cm
- © Rústica
- © 3a ed.
- © Año: 2020



MATEMÁTICAS APLICADAS A LOS NEGOCIOS

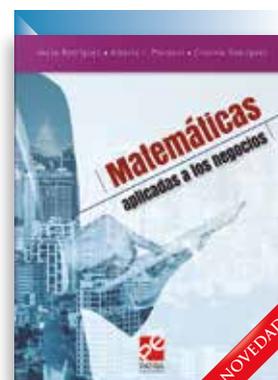
■ RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS ■ PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC ■ RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA

Matemáticas aplicadas a los negocios está dirigido a estudiantes de la licenciatura en Administración de Empresas, Administración de Tecnologías de la Información, Contaduría Pública y Finanzas y para cualquier estudiante que requiera los conocimientos básicos y aplicados de álgebra.

Esta obra es la base de los conocimientos para aprender y entender, matemáticas financieras, las finanzas, cálculo diferencial e integral, álgebra lineal, programación lineal y estadística. El contenido de este libro tiene como objetivo motivar al alumno en el proceso de aprendizaje matemáticos, a través de diferentes estrategias didácticas en el estudio y solución de problemas no contextualizados y contextualizados para la administración, los negocios y las finanzas, todo pensado en que alcance el aprendizaje para su vida personal y profesional.

Los temas que trata el texto son: números reales, polinomios y productos notables, factorización y fracciones algebraicas, ecuaciones con una variable, sistema de ecuaciones lineales, la recta álgebra de matrices y logaritmos: cada uno contiene objetivos, introducción, desarrollo teórico, definiciones, teoremas, aplicaciones, actividades con la finalidad de que el estudiante aplique los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

CONTENIDO: Acerca de los autores; Presentación, Capítulo 1. Números reales, exponentes y radicales; Capítulo 2. Polinomios y productos notables; Capítulo 3. Factorización y fracciones algebraicas; Capítulo 4. Ecuaciones lineales y cuadráticas con una variable; Capítulo 5. Sistemas de ecuaciones lineales; Capítulo 6. La recta; Capítulo 7. Álgebra de matrices; Anexo I. Logaritmos; Bibliografía.



- © ISBN: 9786077449386
- © ISBN ebook: 9786077449430
- © Clave: 230353
- © 322 páginas
- © 19 x 25 cm
- © Rústica
- © 1a ed.
- © Año: 2018



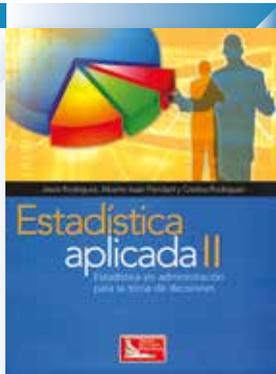
ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRACIÓN. 2A ED.

■ RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS ■ PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC ■ RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA

Estadística para administración está dirigido a lectores interesados en los temas de estadística y probabilidad básicos porque comprende desde el uso de la aritmética en estadística (porcentajes, proporciones, razones, coeficientes e incrementos), elaboración de cuadros estadísticos, hasta temas un poco más complejos como las pruebas de hipótesis. De igual modo, es útil para estudiantes, profesores y profesionales en administración de empresas, contabilidad, economía, finanzas, marketing o para el personal que labora en la administración pública, y que requieran del uso de la estadística y la probabilidad para analizar de manera sencilla, pero objetiva, los problemas que se les presenten respecto a la toma de decisiones bajo incertidumbre. La obra está estructurada de tal modo, que cada capítulo contiene una breve introducción, desarrollo teórico de los temas que lo componen, gráficas o cuadros estadísticos de análisis, según sea el caso, ejemplos resueltos con Excel y otros con el paquete estadístico SPSS, así como problemas a resolver, de los cuales, al final del libro, se muestran sus respectivas respuestas.

CONTENIDO: Parte 1. Presentación; Prólogo; Capítulo 1. Estadística descriptiva - ¿Qué es la estadística? - En dónde se utiliza la estadística - Por qué se estudia estadística - Variables - Escalas de medición - Presentación y descripción de datos - Porcentajes, proporciones, razones, coeficientes e incrementos - Gráficas - Otras representaciones gráficas - Problemas - Respuestas; Capítulo 2. Estadística descriptiva. Parte 2. Medidas descriptivas de los datos estadísticos muestrales - Medidas de tendencia central y de posición - Medidas de posición - Medidas de dispersión o de variabilidad - Medidas de forma - Uso de las funciones estadísticas en Excel - El subprograma estadística descriptiva de Excel - Problemas - Respuestas; Capítulo 3. Probabilidad - Experimentos, reglas de conteo y asignación de probabilidades - Asignación de probabilidades - Eventos y sus probabilidades - Leyes de la probabilidad - Teorema de Bayes - Problemas - Respuestas; Capítulo 4. Variable aleatoria y distribuciones discretas de probabilidad - Variable aleatoria - Distribución de probabilidades de una variable aleatoria discreta - Distribución de probabilidad binomial - Distribución de probabilidad hipergeométrica - Distribución de probabilidad de Poisson - Distribuciones discretas de probabilidad en Excel - Problemas - Respuestas; Capítulo 5. Distribuciones continuas de probabilidad - Problema - Respuestas; Capítulo 6. Muestreo y distribuciones muestrales - Muestreo y tipos de muestreo - Técnicas de muestreo no probabilísticas - Muestras probabilísticas - Distribución muestral de la medida aritmética (\bar{x}) - Elementos para el diseño de cuestionarios - Problemas - Respuestas; Capítulo 7. Estadística inferencial - Estadística inferencial - Inferencia estadística en una muestra pequeña - Inferencia estadística para muestras grandes - Problemas - Respuestas; Capítulo 8. Pruebas de hipótesis - Elementos para elaborar una prueba de hipótesis - Errores tipo y II. Pasos de una prueba de hipótesis - Empleo del valor p en las pruebas de hipótesis - Pruebas con dos muestras - Problemas; Respuestas; Apéndice.

- ISBN: 9789708170062
- ISBN ebook: 9786077444909
- Clave: 230218
- 440 páginas
- 21 x 27 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2016



ESTADÍSTICA APLICADA II. ESTADÍSTICA EN ADMINISTRACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES

■ RODRÍGUEZ FRANCO, JESÚS ■ PIERDANT RODRÍGUEZ, ALBERTO ISAAC ■ RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, ELVA CRISTINA

Esta obra, dirigida a personas interesadas en los temas de control estadístico de calidad, contiene temas diversos del análisis estadístico como: análisis de varianza, análisis de datos categóricos y análisis de regresión simple y múltiple, así como series de tiempo, pronósticos y números índice, estadística no paramétrica y análisis de decisión. El libro está dirigido a profesores y profesionistas de administración de empresas, contabilidad, economía, finanzas, marketing, así como para el personal que labora en la administración pública, pero también es muy útil para aquellas personas que en una forma directa requieran del uso del análisis estadístico aplicado y el análisis de decisiones, lo que les permitirá estudiar de manera sencilla pero objetiva los problemas que se les presenten sobre la toma de decisiones bajo incertidumbre. Incluye ejemplos con aplicaciones en Excel y el paquete estadístico SPSS, así como ejercicios, su solución y un resumen de fórmulas y la nomenclatura empleada.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; 1. Control estadístico de la calidad; 2. Análisis de varianza; 3. Análisis de datos categóricos; 4. Análisis de regresión simple; 5. Análisis de regresión múltiple; 6. Series de tiempo, pronósticos y números índice; 7. Estadística no paramétrica; 8. Análisis de decisión; Tablas.

- ISBN: 9786074381245
- ISBN ebook: 9786074388572
- Clave: 230096
- 352 páginas
- 21 x 27 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2008



ADMINISTRACIÓN INFORMÁTICA I. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

■ SOLARES, PEDRO ■ BACA, GABRIEL ■ ACOSTA, ELIZABETH

Este texto fue diseñado para ser utilizado como auxiliar en un curso de Administración Informática, pues su contenido muestra múltiples aspectos de la administración de las TI dentro de las organizaciones, incluyendo el uso de la Normas ISO. La visión de la obra es mostrar inicialmente cómo está cambiando la empresa con el uso de las TI y hacia dónde se dirige este cambio. También muestra cómo se están modificando los procesos en los negocios, el riesgo que esto conlleva y cuál es la forma en la que se debe tomar la decisión de inversión en TI de manera transparente.

CONTENIDO: Capítulo 1. La empresa: Una nueva forma de administrarla con base en la TI; Capítulo 2. Los procesos de negocio y la tecnología de información; Capítulo 3. Sistemas de información y la ética en los negocios; Capítulo 4. Tecnologías de información y la decisión de invertir; Capítulo 5. Mapeo y modelado de procesos; Capítulo 6. Técnicas y Métodos para Evaluar Beneficios Tangibles provenientes de inversiones en TI; Capítulo 7. Identificación y cuantificación de beneficios, costos y riesgos derivados de inversiones en TI; Capítulo 8. Caso de estudio; Glosario; Bibliografía.

- ISBN: 9786074384741
- ISBN ebook: 9786074388626
- Clave: 230134
- 260 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2012



MERCADOTECNIA DIGITAL. UNA DESCRIPCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS QUE APOYAN LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE TODA INNOVACIÓN DE CAMPAÑA WEB

■ MEJÍA TREJO, JUAN

La presente obra pretende ser una guía para los estudiosos y profesionales de la mercadotecnia que aporta conceptos, recomendaciones y herramientas más sobresalientes que se utilizan en el ámbito de internet y que conforman la mercadotecnia digital, incluyendo numerosas ligas (links) a sitios web complementarios. Con esto, se apreciará que la mercadotecnia digital más que una práctica, es un arte en sí misma ya que no existen campañas digitales iguales para las empresas inclusive de un mismo sector.

CONTENIDO: Introducción, Semblanza autoral, Capítulo 1. Contexto actual de la mercadotecnia digital; Capítulo 2. Conceptos básicos; Capítulo 3. Planeación y construcción del sitio web; Capítulo 4. Mercadotecnia de contenidos; Capítulo 5. Blogging; Capítulo 6. Publicidad en buscadores (search engine marketing, SEM); Capítulo 7. Redes sociales; Capítulo 8. Optimización en motores de búsqueda (search engine optimization, SEO); Capítulo 9. Mercadotecnia por e-mail (E-mail marketing); Capítulo 10. Relaciones Públicas en línea (On line, PR); Capítulo 11. Analítica web (Web analytics); Capítulo 12. Mercadotecnia móvil (mobile marketing); Capítulo 13. Video, Glosario de términos comunes en mercadotecnia digital.



- ISBN ebook: 9786077445340
- 620 páginas
- 21 × 27 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2017



FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

■ SANTESMASES, MESTRE MIGUEL ■ VALDERREY, FRANCISCO ■ SÁNCHEZ, ADRIANA

Fundamentos de mercadotecnia nace del reconocimiento de los múltiples avances que esa ciencia social ha tenido en los últimos años en México, con la idea de conjugarlos con fundamentos teóricos ampliamente aceptados y plasmarlos en un libro de fácil comprensión. La obra toma el relevo del texto *Mercadotecnia: Conceptos y Estrategias*, para agregar los cambios ocurridos en la disciplina desde su publicación, reflejándolos en un contexto empresarial y cultural tan único como es el mexicano.

Este libro pretende exponer al lector con amplitud y precisión los principios, instrumentos y métodos de una disciplina actual, cuya finalidad es conocer por qué se realizan intercambios y cómo son o deben ser estimulados y mantenidos. Ello implica estudiar cuáles son las motivaciones que impulsan a realizar intercambios y analizar qué acciones o estrategias se utilizan o deben ser utilizadas para generar transacciones beneficiosas tanto para los consumidores como para las empresas u otras organizaciones que ofrecen sus bienes o servicios al mercado.

CONTENIDO: Prólogo; Parte primera: Fundamentos de mercadotecnia; 1. Concepto de mercadotecnia; 2. El mercado y el entorno; 3. Segmentación del mercado; 4. Comportamiento del consumidor; 5. Comportamiento de compra del mercado de negocios; 6. Sistemas de información del mercado; Parte segunda: Mezcla de mercadotecnia; 7. Diseño y estrategias del producto; 8. Estrategias de fijación del precio; 9. Estrategia de canales de distribución; 10. Logística de distribución; 11. Comunicación integral de mercados: promoción y venta personal; 12. Comunicación integral de mercados: publicidad y relaciones públicas; Parte tercera: Estrategia y visión a futuro; 13. Planeación estratégica; 14. Tendencias en la mercadotecnia; Bibliografía.



- ISBN: 9786074386639
- ISBN ebook: 9786074388800
- Clave: 230266
- 400 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2013

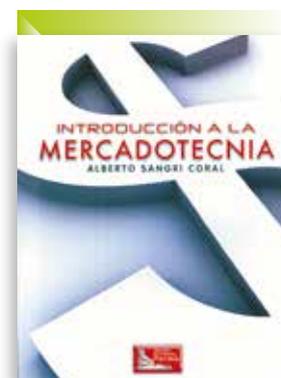


INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA

■ SANGRI CORAL, ALBERTO

Aborda los conocimientos teóricos-prácticos desde los antecedentes de la mercadotecnia hasta nuestros días. Permite al estudiante conocer el marco teórico en el que se basa la actividad del mercadeo. Con un lenguaje sencillo y aplicando los conceptos utilizados, presenta las tendencias actuales de los mercados y visualiza a la mercadotecnia como una labor propositiva. De esta manera los estudiantes podrán aplicar sus recomendaciones en la formulación de estrategias para la comercialización y el desarrollo del plan mercadológico.

CONTENIDO: Introducción; Capítulo 1. Antecedentes; Capítulo 2. Fases de la mercadotecnia; Capítulo 3. El consumidor; Capítulo 4. El producto; Capítulo 5. El precio; Capítulo 6. Plaza o distribución física y logística; Capítulo 7. Publicidad y promoción; Capítulo 8. Servicio; Capítulo 9. Sistema de información de la mercadotecnia; Capítulo 10. El proceso de la venta personal; Capítulo 11. La estrategia; Capítulo 12. El plan de mercadotecnia.



- ISBN: 9786074380019
- ISBN ebook: 9786074388510
- Clave: 230071
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2008



ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

■ TORRES MORALES, VIRGILIO



- ISBN: 9786074384147
- ISBN ebook: 9786074388589
- Clave: 230129
- 300 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2011



En el campo general de la mercadotecnia, las ventas y la administración de ventas son, después de todo, las áreas donde se encuentra la acción. Este libro cubre los tópicos tradicionales de la administración de ventas así como las áreas que van adquiriendo importancia. Numerosos ejemplos y ejercicios, tanto al final de los capítulos como dentro de ellos, invitan al lector a situarse en un análisis para llegar a una decisión, previa evaluación de las consecuencias probables.

CONTENIDO: Capítulo 1. Introducción a la administración de ventas; Capítulo 2. Fundamentos de la venta; Capítulo 3. Relaciones del departamento de ventas; Capítulo 4. Naturaleza de la planeación de ventas; Capítulo 5. Técnicas de ventas; Capítulo 6. Modelos de ventas; Capítulo 7. Análisis del mercado; Capítulo 8. Pronóstico de ventas; Capítulo 9. El presupuesto de ventas; Capítulo 10. Organización de la fuerza de ventas; Capítulo 11. Reclutamiento y selección del personal de ventas; Capítulo 12. Asignaciones del personal de ventas por cuotas, y por territorio; Capítulo 13. Entrenamiento de la fuerza de ventas, control de la fuerza de ventas; 14. Servicio a clientes, normatividad legal y ética en las ventas.

MODELO DEL PLAN DE NEGOCIOS. PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

■ PEDRAZA RENDÓN, ÓSCAR HUGO



- ISBN: 9786074383157
- ISBN ebook: 9786074388503
- Clave: 230117
- 306 páginas
- 19 × 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2011

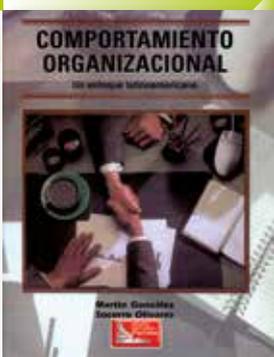


Un plan de negocios ofrece las herramientas necesarias para la toma de decisiones del inversionista, describe los productos o servicios, mercados meta, entorno competitivo, estrategias de entrada, funcionamiento del negocio y operaciones financieras. La correcta formulación del plan ofrece indicadores sobre oportunidades de inversión y escenarios de operación. El objetivo de este *Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa* es ayudar al lector a pensar en todos los detalles esenciales de un negocio y, sobre todo, apoyar y dirigir la elaboración del proyecto para su creación o la ampliación de uno ya existente. Al final de la obra se presenta el modelo del plan de negocios, donde se incluye una hoja de cálculo que permite a una persona relacionada, o con la intención de crear uno, establecer los escenarios o pronósticos de operación de una empresa. Dicha hoja contiene una corrida financiera que ha sido construida de manera que las respuestas a los cuestionamientos que realiza un inversionista le permita tomar la decisión en el momento oportuno de emprender un negocio.

CONTENIDO: Semblanza del autor; Prefacio, Introducción; Primera parte: Plan de Negocios. I. Descripción del negocio; II. Portafolio de productos y servicios; III. Mercado; IV. Análisis de la competencia; V. Procesos y procedimientos de operación; VI. La organización y el personal estratégico; VII. Aspectos económicos y financieros; VIII. Principales riesgos y estrategias de salida; IX. Sistema del seguimiento de la gestión; X. Documentos de apoyo, anexos y bibliografía; XI. Modelos financieros; Segunda parte: I. Notas sobre el mercado; II. Localización; III. Capacidad instalada; IV. Ingeniería del plan de negocios; V. Inversiones, presupuestos y financiamiento; VI. Evaluación económica; VII. Organización del negocio; Bibliografía; Fuentes electrónicas consultadas.

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. UN ENFOQUE LATINOAMERICANO

■ GONZÁLEZ, MARTÍN ■ OLIVARES, SOCORRO



- ISBN ebook: 9786074389531
- Clave: 230158
- 256 páginas
- Rústica
- 1a ed.



La obra está dirigida a estudiantes de psicología y administración de empresas, ya que cubre satisfactoriamente los cursos de comportamiento organizacional, desarrollo organizacional y recursos humanos. El texto aborda el comportamiento organizacional desde un enfoque individual y grupal e indica claramente la relación que existe entre ellos. Incluye ejercicios, cuestionarios, lecturas, entrevistas y casos de empresas mexicanas y latinoamericanas para dar una visión práctica de la teoría.

CONTENIDO: Índice; Justificación; 1. Comportamiento organizacional: una propuesta de trabajo; 2. Comportamiento humano en la organización; 3. Comunicación organizacional; 4. Motivación laboral; 5. Negociación; 6. Capacitación y evaluación; 7. El proceso grupal; 8. Metodologías para el trabajo grupal; 9. Auditoría cultural de la organización; 10. Retos de la idiosincrasia latinoamericana, servicio y liderazgo; 11. Condiciones de trabajo y ergonomía; 12. Innovación organizacional; 13. Modelos organizacionales eficaces contemporáneos; Referencias.

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. SERIE UNITEC

■ ALVARADO RUIZ, LETICIA

Comportamiento organizacional es un texto dinámico, lúdico, reflexivo, pero sobre todo muy práctico para el lector.

La obra consta de siete capítulos relacionados en el campo disciplinar sobre comportamiento organizacional y sus conexiones con otros campos de la administración.

Por ello en cada capítulo encontrará el marco teórico de referencia utilizando cuadros, llaves, diagramas o comparativos para apoyar al estudiante a realizar asociaciones en la construcción de su propio conocimiento. Comprenderá por qué la administración es universal y la necesidad de su estudio independiente a la elección de carrera, ya que de ella se desprenden conceptos y procesos estratégicos que hacen que los grupos de trabajo se conviertan en equipos de alto rendimiento, pues en algún punto del ejercicio de cada profesión, o se administra o será administrado.

CONTENIDO: Dedicatoria; Acerca de la autora, Introducción; Capítulo 1. Comportamiento organizacional, un enfoque administrativo; Capítulo 2. Conocimiento, aprendizaje y motivación... procesos fundamentales del comportamiento organizacional; Capítulo 3. Comportamiento personal en el ámbito laboral; Capítulo 4. Desarrollo del liderazgo; Capítulo 5. Toma de decisiones; Capítulo 6. Organizaciones inteligentes; Capítulo 7. Cambio planeado y resistencia al cambio.



● ISBN: 9786077446521
 ● ISBN ebook: 9786077447849
 ● Clave: 230329
 ● 300 páginas
 ● 19 x 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2017



DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO. SERIE UNITEC

■ TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS ■ TORRES MARTÍNEZ, ALBERTO

Desarrollo del talento humano nos explica que el término recursos humanos implica que las personas tienen capacidades que impulsan el desempeño de la organización, junto con otros recursos como el dinero, los materiales, la información y en general la tecnología. Otros términos como capital humano, talento humano y activos intelectuales tienen en común la idea de que las personas marcan la diferencia en la forma en que se desempeña una organización. Las organizaciones exitosas son proclives a reunir diferentes tipos de personas para lograr un propósito común. Esta es la esencia del desarrollo del talento humano, llámese también administración de recursos humanos.

Es un libro con características modernas, para jóvenes que fácilmente pueden retener y razonar lo aprendido, mediante cápsulas culturales e ilustrativas, casos para análisis, citas memorables, tablas, figuras, mapas conceptuales, evaluaciones, con la finalidad de que los estudiantes alcancen los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

CONTENIDO: Introducción; Sobre los autores; Parte 1. Estructura organizacional y puestos. Capítulo 1. Análisis de la estructura organizacional; Capítulo 2. Descripción de puestos; Parte 2. La gestión de capital humano y la evaluación del desempeño. Capítulo 3. Desarrollo de programa de atracción, reclutamiento, selección y contratación; Capítulo 4. Desarrollo de sistemas de evaluación del desempeño; Parte 3. Capacitación-desarrollo y planeación del talento humano en la organización; Capítulo 5. Administración del proceso de capacitación y desarrollo del personal en la organización; Capítulo 6. Planeación del talento humano en la organización.



● ISBN: 9786077447375
 ● ISBN ebook: 9786077447832
 ● Clave: 230330
 ● 300 páginas
 ● 19 x 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2017

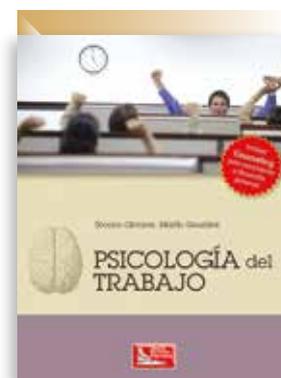


PSICOLOGÍA DEL TRABAJO

■ OLIVARES, SOCORRO ■ GONZÁLEZ, MARTÍN

Esta obra aborda el tema de la psicología del trabajo de manera multidisciplinaria, puesto que no existen fórmulas simples y prácticas para trabajar con las personas, ni una solución ideal para los problemas de la organización; todo lo que se puede hacer es incrementar la comprensión y las capacidades existentes para elevar el nivel de calidad de las relaciones humanas en el trabajo. La psicología del trabajo es una materia que logra reunir aportaciones de diversas disciplinas, las cuales tienen como objetivo el estudio del comportamiento de las personas en una organización y cómo este afecta el rendimiento del conjunto.

CONTENIDO: Prólogo; Justificación; 1. Psicología del trabajo; 2. Teorías de la personalidad; 3. Comportamiento humano en el campo laboral; 4. Motivación laboral; 5. El comportamiento grupal dentro de las organizaciones; 6. Aspectos socioculturales del mexicano en la organización; 7. Salud ocupacional; 8. Cómo influyen los elementos psicológicos en la toma de decisiones dentro de la organización; 9. Trabajo multidisciplinario de la psicología del trabajo, corrientes contemporáneas de Administración y Relaciones Públicas; Anexo. Counseling: Crecimiento y desarrollo personal; Glosario.



● ISBN: 9786074380934
 ● ISBN ebook: 9786074388718
 ● Clave: 230091
 ● 272 páginas
 ● 19 x 25 cm
 ● Rústica
 ● 1a ed.
 ● Año: 2009



**SUELDOS, SALARIOS, INCENTIVOS Y PRESTACIONES.
ADMINISTRACIÓN DE LA COMPENSACIÓN**

■ JUÁREZ HERNÁNDEZ, OTHÓN ■ CARRILLO, ERICKA

En los procesos de administración de la compensación de sueldos y salarios no todo depende de las técnicas que se aplican, pero estas representan una valiosísima ayuda para analizar las situaciones de compensación al personal, ya que, con frecuencia, los errores en este rubro pueden causar serios problemas de productividad, de calidad, de ambiente de trabajo y ser origen de la erosión en la efectividad de las organizaciones. Este es el fundamento para que en la presente edición se haya actualizado el contenido e incorporado tres nuevos capítulos sobre los temas de análisis y descripción de puestos, evaluación de los mismos y del desempeño. El libro cubre ampliamente las necesidades de los cursos de Administración de la Compensación, en donde los temas de sueldos y salarios, e incentivos y prestaciones, forman parte de los programas vigentes de varias carreras que estudian el tema. Por otra parte, se ajustó la estructura de los capítulos, introduciéndoles las secciones de “objetivos del capítulo”, “términos clave” y “temas de investigación, reflexión y ejercicios”.

CONTENIDO: Prefacio; Introducción; 1. Administración de la compensación, un esquema de referencia; 2. Análisis de puestos; 3. Valuación de puestos; 4. Equidad interna de la compensación; 5. Competitividad externa de la compensación; 7. Evaluación del desempeño; 8. Los planes de incentivos; 9. Las prestaciones; Apéndices; Bibliografía.

- ISBN: 9786074381276
- ISBN ebook: 9786074388176
- Clave: 230097
- 352 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2009



INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA

■ TORRES HERNÁNDEZ, ZACARÍAS

El presente libro tiene la pretensión de contribuir a la formación de una conciencia ética en el ámbito de su incidencia que es, en principio, el espacio académico, pero no excluye el entorno de las empresas donde puede apoyarse la educación de su personal en este terreno. Así, la propia empresa percibirá paulatinamente los cambios traducidos en comportamientos impregnados de valores y virtudes morales.

El contenido temático está elaborado en torno al programa de Ética que se imparte en las licenciaturas de las diferentes universidades e instituciones de México, además de otros tópicos que vienen a reforzar los temas centrales de la asignatura.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; Parte I. Ámbito contextual de la ética: Capítulo 1. Introducción a la ética; Capítulo 2. Valores y virtudes; Parte II. Ética personal: Capítulo 1. Los seres humanos y la ética; Capítulo 2. Proyecto de vida; Parte III. Ética profesional; Capítulo 1. Vocación, vida académica, ética profesional; Capítulo 2. Códigos de ética; Parte IV. Ética social: Capítulo 1. Ética de las organizaciones y de las instituciones; Capítulo 2. Responsabilidad social corporativa.

- ISBN: 9786074381481
- ISBN ebook: 9786074388664
- Clave: 230101
- 290 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica pegada
- 1a ed.
- Año: 2009



HOTELERÍA. 4A ED.

■ BÁEZ, SIXTO

Este libro ha sido diseñado especialmente para los estudiantes que necesitan conocer los aspectos fundamentales de la industria hotelera, así como para aquellos profesionales del sector que requieran actualizarse en las nuevas técnicas y procedimientos para lograr la excelencia en el servicio. En esta cuarta edición de *Hotelería*, se han incluido y ampliado temas de tecnología, modelos de calidad en el servicio, vigilancia por Internet, nuevos problemas o estudios de casos que serán de gran ayuda para los estudiantes por su metodología práctica. Este texto es de gran apoyo para el personal que labora en esta industria y servirá de base para los alumnos que actualmente estudian la materia de Hotelería en escuelas y universidades.

CONTENIDO: Prefacio; Introducción a la cuarta edición; Capítulo 1. Prestar servicios de calidad al huésped; Capítulo 2. Organigramas; Capítulo 3. Departamento de reservaciones; Capítulo 4. Departamento de recepción; Capítulo 5. Caja de recepción; Capítulo 6. Departamento de teléfonos; Capítulo 7. Departamento de botones (bell boys); Capítulo 8. Departamento de ama de llaves; Capítulo 9. Lavandería; Capítulo 10. Departamento de seguridad; Capítulo 11. Departamento de mantenimiento; Capítulo 12. Departamento de relaciones públicas; Capítulo 13. Departamento de recursos humanos; Capítulo 14. Departamento de compras; Apéndices.

- ISBN: 9786074380941
- ISBN ebook: 9786074388107
- Clave: 230092
- 336 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica pegada
- 4a ed.
- Año: 2009



DISPONIBLE SOLO EN FORMATO DIGITAL

APOYOS EN LÍNEA

INTRODUCCIÓN AL TURISMO

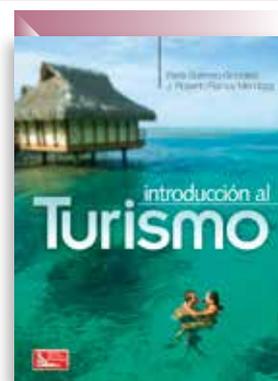
■ GUERRERO GONZÁLEZ, PERLA E. ■ MENDOZA RAMOS, JOSÉ ROBERTO

Para la mayoría de las personas; uno de sus sueños es viajar. ¿Qué es el turismo? No hay explicación suficiente para lo formidable de este concepto. Todas las definiciones se enlistan según la óptica de su tratamiento.

El contenido de este libro es muy visual y será gratamente novedoso al incluirse ejemplos de enseñanza interactiva, brindando el desarrollo de proyectos, preguntas o problemas y su análisis, así como recomendaciones y sugerencias para responderse, de tal suerte que quien lo estudie obtendrá un mayor alcance, porque practicará su contenido lo que, sin duda, será una herramienta alterna para el profesor.

La información vertida en la presente obra es el resultado de un profundo análisis e interpretación, deseando que se refleje la intención de introducir a la persona, paso a paso, en el grandioso tema del turismo.

CONTENIDO: Prefacio; Dedicatorias; Agradecimientos; Introducción; Capítulo 1. Introducción al turismo; Capítulo 2. Sistemas y estructura de industria turística; Capítulo 3. Sistemas y estructuras de las empresas turísticas; Capítulo 4. Mercado turístico: oferta y demanda turística; Capítulo 6. Análisis prospectivo del turismo.



- ISBN: 9786074384130
- ISBN ebook: 9786074388756
- Clave: 230128
- 300 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica
- 1a ed.
- Año: 2011



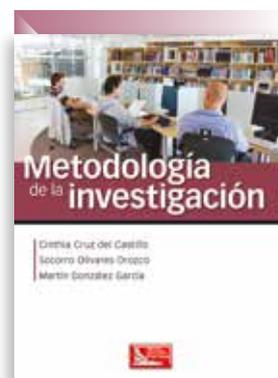
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

■ CRUZ DEL CASTILLO, CINTHIA ■ OLIVARES OROZCO, SOCORRO ■ GONZÁLEZ GARCÍA, MARTÍN

El libro *Metodología de la investigación* tiene como propósito que los lectores desarrollen los elementos epistemológicos, teóricos y metodológicos que les permitan tener una visión completa sobre el quehacer científico contemporáneo.

Además, se pretende crear una visión histórica y reflexiva sobre los diferentes acontecimientos de su cotidianidad, así como su reinterpretación. Es por ello que se trabajó la manera en que se fue integrando la ciencia en México en sus diferentes etapas, desde la sociedad colonial, hasta el periodo moderno, pasando por la época de la Reforma y la de la Revolución.

CONTENIDO: Prólogo; Introducción; 1. El hombre y sus obras; 2. El hombre y la verdad; 3. Las relaciones del conocimiento; 4. Los problemas del conocimiento; 5. Creer, saber y conocer; 6. El conocimiento científico; 7. Las ciencias de la naturaleza, la explicación; 8. Las ciencias sociales, la comprensión; 9. El saber y la universidad; 10. Ciencia y profesión; 11. El saber y la historia; 12. Ciencia, política y sociedad; 13. Ciencia, técnica y tecnología; 14. Ciencia y ética.



- ISBN: 9786074381498
- ISBN ebook: 9786074388763
- Clave: 230102
- 300 páginas
- 19 x 25 cm
- Rústica pegada
- 1a ed.
- Año: 2009



DESARROLLO SUSTENTABLE. UN NUEVO MAÑANA, 2A ED.

■ ESTRELLA SUÁREZ, MA. VERÓNICA ■ GONZÁLEZ VÁZQUEZ, ARTURO

Esta nueva edición está basada en los actuales programas de la asignatura de Desarrollo Sustentable del sistema del Tecnológico Nacional de México, con la finalidad de que el alumno cuente con mayores conocimientos acerca del desarrollo sustentable y su impacto en la economía de una nación o comunidad, por lo que se integraron temas relacionados con la parte económica.

El texto tiene como propósito abordar con amplitud el tema de desarrollo sustentable y proponerlo como una estrategia de crecimiento sostenible en las comunidades y naciones (con énfasis en México), a fin de generar una propuesta para crear un nuevo y mejor mañana.

La obra, desarrollada por competencias, se encuentra integrada en cinco bloques, apéndices y glosario. Su organización y metodología permiten que el lector se involucre en forma gradual en los aspectos más relevantes del desarrollo sustentable. Además, va acompañada de apoyos como videos, animaciones y documentos en línea.

CONTENIDO: 1. Introducción al desarrollo sustentable; 2. Escenario natural; 3. Escenario socio-cultural; 4. Escenario económico; 5. Escenario modificado; Apéndices; Glosario.



- ISBN: 9786077445296
- ISBN ebook: 9786077447139
- Clave: 230324
- 300 páginas
- 21 x 27 cm
- Rústica
- 2a ed.
- Año: 2017



Referencia Profesional

CATÁLOGO 2020



Si quiere ser el mejor,
aprenda de los mejores

Patria Educación, empresa integrante de Hachette Livre, tiene el gusto de seguir acompañando el desarrollo profesional de sus lectores mediante la publicación de libros fundamentales, sean clásicos o vanguardistas, históricos o futuristas, impresos o electrónicos.



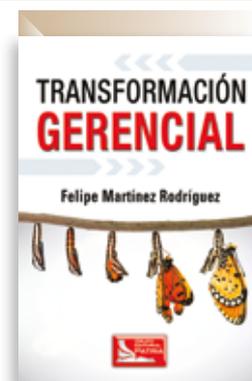
EMPRESA DEL GRUPO
hachette
LIVRE

TRANSFORMACIÓN GERENCIAL

■ MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, FELIPE

Provee a los gerentes, directores y empresarios una filosofía gerencial que les ayude a ser excelentes directivos, presentando casos de la vida real para analizarlos y, mediante una reflexión objetiva, affloren la iniciativa y creatividad que cada individuo posee, para utilizarlas en su beneficio.

Felipe Martínez, ejecutivo práctico, operacional, desarrollador y creador de negocios con más de 20 años de experiencia en rescatar empresas, mejorar la eficiencia de sus integrantes y producir ganancias a través de una planeación estratégica, mejorar procesos y guiar la transformación gerencial. Maestro en Ciencias e Ingeniería de Manufactura por la Boston University, con especialidad en Administración de Empresas, Contabilidad, Finanzas, Desarrollo Organizacional, Mercadotecnia y Administración de Operaciones Gerenciales. Ha ocupado posiciones directivas en una amplia variedad de empresas nacionales e internacionales.



- © ISBN ebook: 9786077444497
- © ISBN epub: 9786077444510
- © 302 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



PARA ENTENDER A MICHAEL PORTER.
GUÍA ESENCIAL HACIA LA ESTRATEGIA Y LA COMPETENCIA

■ MAGRETTA, JOAN

Puntualiza los conceptos esenciales de Porter en cuanto a competencia y estrategia de una forma más fácil de asimilar y poner en práctica, incluso que el propio original. Fundamenta la selección y aplicación de lo más relevante y apropiado para necesidades específicas, objetivos estratégicos y recursos particulares.

Joan Magretta es especialista en estrategia y administración general. Conoció a Michael Porter hace 20 años, como su editora en Harvard Business Review, y desde entonces ha trabajado con él. Actualmente, es socia mayoritaria del Porter's Institute for Strategy and Competitiveness en Harvard Business School.



- © ISBN: 9786074386653
- © ISBN ebook: 9786074387803
- © ISBN epub: 9786077441663
- © Clave: 240175
- © 224 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



ESTRATEGIA COMPETITIVA. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS
DE LOS SECTORES INDUSTRIALES Y DE LA COMPETENCIA

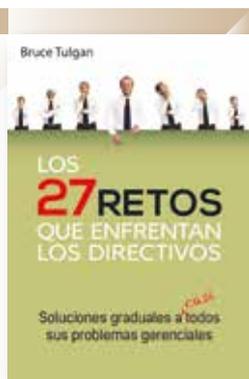
■ PORTER, MICHAEL E.

El propósito de este libro es acercar el pensamiento económico actual a los líderes de empresa, así como proporcionar a la estrategia de negocios una fundamentación firme basada en la teoría económica. En esta edición, el autor analiza cinco factores para evaluar las características de un sector industrial desde la perspectiva de la competencia —facilidad de ingreso al ramo, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores, existencia de productos sustitutos e intensidad de la competencia establecida— y precisa las implicaciones estratégicas.



- © ISBN: 9786077440499
- © ISBN epub: 9786077442882
- © Clave: 240200
- © 384 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Cartoné





LOS 27 RETOS QUE ENFRENTAN LOS DIRECTIVOS. SOLUCIONES GRADUALES A [CASI] TODOS SUS PROBLEMAS GERENCIALES

■ TULGAN, BRUCE

Abarca el resultado de profundas y extensas investigaciones que conducen al abordaje de temas esenciales de la gestión: los retos de ser un nuevo gerente, la necesidad de mantener o incrementar la productividad, los conflictos en las relaciones interpersonales de los miembros del equipo de trabajo, la habilidad de transformar a un colaborador destacado en un nuevo líder, cuando se dirige con limitaciones de recursos, etc. Veintisiete retos insoslayables para cualquier directivo, y su solución.

Bruce Tulgan es asesor de líderes empresariales de todo el mundo, un solicitado conferenciante y expositor de seminarios. Fundador y director general de RainmakerThinking, Inc., empresa dedicada a la investigación y capacitación en materia gerencial. Articulista y autor de numerosos libros, entre los que destacan los bestsellers *It's Okay to Be the Boss* y el clásico *Managing Generation X*.

- © ISBN: 9786077442295
- © Clave: 240209
- © 236 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



INTELIGENCIA DIRECTIVA. APLICACIONES PRÁCTICAS EN LA FUNCIÓN DE DIRECCIÓN ORGANIZACIONAL

■ ORTEGA REYES, ANTONIO OSWALDO

Este libro presenta los aspectos más relevantes de las destrezas y competencias necesarias en torno a la función de la dirección organizacional, de tal forma que todo directivo pueda orientar su responsabilidad desde una perspectiva práctica e inteligente. El eje central de la propuesta se ubica en un enfoque fundamentado en la teoría de las inteligencias múltiples, desarrollando a su vez 10 inteligencias hacia la praxis de la actividad de dirección.

- © ISBN: 9786074385342
- © ISBN ebook: 9786074387797
- © ISBN epub: 9786077441595
- © Clave: 240164
- © 216 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. LO QUE TODO DIRECTOR DEBE SABER

■ STEINER, GEORGE A.

En este libro, Steiner hace una síntesis de los conceptos, métodos y prácticas desarrollados por las empresas para la planeación estratégica de negocios a partir de la segunda mitad del siglo xx, con el propósito expreso de ponerlos al alcance de todo directivo, mediante una exposición clara y pragmática.

- © ISBN: 9786074388657
- © Clave: 240199
- © 366 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Cartóné

SOLUCIONES OCULTAS A SU ALREDEDOR. POR QUÉ ALGUNOS PODEMOS VERLAS Y OTROS NO

■ CASTRO, DANIEL R.

A partir de las historias de personajes innovadores y creativos —desde Leonardo da Vinci, Copérnico o Kepler hasta Jeff Bezos (Amazon), el coronel Sanders (Kentucky Fried Chicken), Bette Claire McMurry (Liquid Paper), Red McCombs (Ford) o Steve Jobs (Apple)— explican la manera en que funcionan los procesos que los condujeron al éxito y la forma en que pueden aplicarse en la vida y los negocios.

Dan Castro es un empresario serial. Autor galardonado, jurista y emprendedor. Cuenta con un bufete de abogados, una carrera de bienes raíces, una compañía de administración de propiedades, otra de servicios de préstamos, una más de mercadotecnia y otra de inversión inmobiliaria, así como con un taller llamado “El dinero oculto bajo sus pies”.



© ISBN ebook: 9786077444039
 © ISBN epub: 9786077444473
 © 340 páginas



DE EMPRENDEDOR A EMPRESARIO: HAGA QUE SU NEGOCIO ¡SEA NEGOCIO!

■ AGUILAR, SILVIA ■ OCAMPO, LUIS (COORDINADORES) ■ GUILLÉN VALENCIA, ÁNGEL DAVID
 ■ TUSSIE CONTRERAS, NATALIA ■ LÓPEZ AGUILAR, DANIEL ■ MONTIEL MORALES, DANIEL
 ■ OLIVARES Y LARRAGUIVEL, DELFINO JAVIER ■ PASQUEL ROBLES, RENATO ■ FERRER ALMAZÁN, ADOLFO

Libro soporte para nuevos emprendedores que buscan una guía, un apoyo y un texto que les ayude a complementar sus ideas y les acompañe en el análisis del ámbito técnico, de mercado, organizacional y financiero de su proyecto emprendedor.

Cuenta con gran cantidad de material y ejercicios online que, al finalizarlos, permiten tener conformado un plan de negocio básico para el emprendedor.

Silvia Aguilar Morales (coordinadora) es consultora, emprendedora y empresaria; creadora del programa Desarrollo Emprendedor en la Facultad de Estudios Superiores Aragón de la UNAM. Profesora universitaria durante más de 30 años en el IPN, Universidad YMA, UVM, Universidad Anáhuac Norte y UNITEC. Certificada como gerente de incubadora de empresas por la National Business Incubation Association.

Luis Arturo Ocampo (coordinador) es administrador industrial y diseñador de cursos certificado bajo el Estándar de Competencia 301 emitido por el Consejo Nacional de Normalización y Certificación (CONOCER). Socio director de Servicio de Apoyo Corporativo, AVAN-Consultores y Promotora Hispano Mexicana de Franquicias.

David Guillén Valencia, Natalia Tussie Contreras, Daniel López Aguilar, Daniel Montiel Morales, Javier Olivares Larraguivel, Renato Pasquel Robles y Adolfo Ferrer Almazán son especialistas en las diversas áreas del emprendimiento, así como profesores y emprendedores.



© ISBN: 9786074387919
 © Clave: 240186
 © 304 páginas
 © 15,5 × 22,5 cm
 © Cartoné

VENTAJA COMPETITIVA. CREACIÓN Y SOSTENIMIENTO DE UN DESEMPEÑO SUPERIOR

■ PORTER, MICHAEL E.

Corregida y actualizada con la inclusión de algunos elementos, en este libro clásico de la administración, su autor, Michael E. Porter, presenta la forma de traducir la ventaja competitiva en términos de costo, de diferenciación de producto o de ambos, y explica el concepto de cadena de valor como parte de la estrategia competitiva, entre otros temas.



© ISBN: 9786077440802
 © ISBN ebook: 9786077443049
 © ISBN epub: 9786077442875
 © Clave: 240201
 © 550 páginas
 © 15,5 × 22,5 cm
 © Cartoné



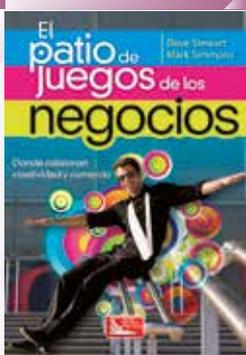


CÓMO COMPETIR PARA GANAR. DESENTRAÑANDO EL MAYOR RETO EN LOS NEGOCIOS

■ SOTOMAYOR, JESÚS M. ■ GRAU, JUAN

Cómo competir para ganar presenta modelos que permiten diagnosticar las necesidades y prepararse para ser un mejor competidor, así como desarrollar e implementar una estrategia para ganar, cuando se compete en un entorno global como el que confrontan los empresarios actuales. Muestra la necesidad de una redefinición constante del concepto de valor en los productos y servicios de la oferta al mercado. Coloca en el centro de la polémica a la cultura corporativa como la base del comportamiento de las personas que integran la empresa y como su verdadera ventaja competitiva. Consta de dos partes: la primera muestra un modelo conceptual que es una herramienta para diagnosticar la situación y prepararse para actuar; la segunda, el modelo de implementación, que resume las tácticas para ejecutar con efectividad las estrategias cardinales.

- ISBN: 9786074388435
- ISBN ebook: 9786074387896
- ISBN epub: 9786077441502
- Clave: 240195
- 176 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica
- 1a ed.



EL PATIO DE JUEGOS DE LOS NEGOCIOS. DONDE COLISIONAN CREATIVIDAD Y COMERCIO

■ STERWART, DAVE ■ SIMMONS, MARK

Mediante casos de estudio y actividades lúdicas, *El patio de juegos de los negocios* muestra cómo desarrollar el pensamiento creativo, así como su impacto en los negocios como factor diferenciador y de ventaja competitiva para las empresas. Dado que parte de la premisa de que la creatividad no se enseña, trata sobre la manera de descubrirla y cómo aplicarla a los negocios. Contiene ejemplos de cómo piensa la gente más creativa, así como juegos que ayudan a entrenar la creatividad y alistarla para la acción. Demuestra que la música, el ejercicio y los juegos promueven un estado de ánimo positivo que tiene un efecto tangible sobre las capacidades creativas.

- ISBN: 9786074383546
- Clave: 240093
- 264 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica
- 1a ed.



DE AGOBIADA A ACAUDALADA. GUÍA PARA EL ÉXITO FINANCIERO SIN ESTRÉS

■ CAMPBELL, CHELLIE

Aborda los problemas que enfrentan las mujeres cuando quieren ganar dinero y explica cómo dominar las herramientas del éxito financiero que permitan tener la experiencia más rica posible en los negocios y en la vida personal.

Constituye un manual de “empoderamiento” femenino alcanzable para cualquier mujer que se proponga redireccionar el manejo de sus finanzas.

Chellie Campbell es una gurú de finanzas personales, creadora de los talleres de Reducción de estrés financiero®, en los que se encarga de sanar “trastornos financieros, bulimia de gastos y anorexia de ingresos”. Presidenta del capítulo Los Ángeles, California, de la Association of Women Business Owners, nombrada como la conferenciante más inspiradora por Women in Management.

- ISBN: 9786077441465
- ISBN ebook: 9786077443094
- ISBN epub: 9786077442790
- Clave: 240212
- 304 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica



EL FUTURO DEL MUNDO. LECCIONES DE DEMOGRAFÍA Y SOCIOECONOMÍA PARA 2032

■ LAURENT, CLINT

Describe los cambios significativos que ocurrirán en los siguientes dos decenios en cuanto a población, hogares, fuerza laboral, ingresos, consumo, ambiente y otros factores. Este examen de los patrones demográficos permite identificar las oportunidades futuras en los negocios.

Clint Laurent, doctor en mercadotecnia y estadística, es fundador y director general de Global Demographics Ltd., empresa dedicada a la investigación demográfica que permite hacer pronósticos de amplio rango referentes a la naturaleza cambiante de las poblaciones.



- © ISBN: 9786074386738
- © ISBN ebook: 9786074387780
- © ISBN epub: 9786077441700
- © Clave: 240178
- © 300 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



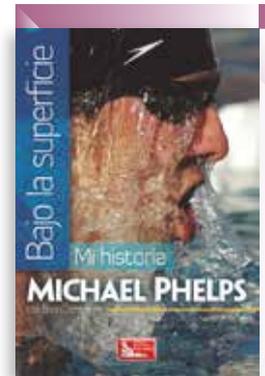
BAJO LA SUPERFICIE. MI HISTORIA

PHELPS, MICHAEL, CON CAZENEUVE, BRIAN

Autobiografía del más grande medallista olímpico —22 preseas, 18 de ellas de oro— de la historia: el nadador Michael Phelps. De propia voz, el deportista narra el camino transitado desde su infancia hasta insertarse en las magnas competiciones que representan los Juegos Olímpicos. Esta lectura da acceso al proceso de entrenamiento, la preparación mental y la perspectiva en los entretelones de las justas deportivas internacionales.

Michael Phelps es el más condecorado nadador de la historia, tanto en Campeonatos Mundiales como en Juegos Olímpicos y una estrella en los medios de comunicación.

Brian Cazeneuve es redactor para *Sports Illustrated* encargado de cubrir los Juegos Olímpicos desde 1995.



- © ISBN: 9786074386158
- © ISBN ebook: 9786074387827
- © ISBN epub: 9786077441526
- © Clave: 240004
- © 320 páginas
- © 32 páginas de fotografías a color
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



EL SÍ VIVE EN LA TIERRA DEL NO

■ GALLAGHER, B. J. ■ VENTURA, STEVE

La obra, dividida en dos secciones, narra una travesía por un territorio laboral negativo, a través del cual se exponen consejos, se muestran herramientas y se desarrollan estrategias para preservar o desarrollar la tenacidad que permita enfrentar el rechazo en el ambiente de trabajo y conseguir la aceptación en el medio. Este libro se adapta a cualquier contexto, ya sea de carácter laboral, escolar o personal.



- © ISBN: 9789708170253
- © Clave: 240132
- © 168 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica



ISBN: 9786077443315
Clave: 240215
88 páginas
21 × 21 cm
Rústica
1a ed.

ISBN: 9786074383874
ISBN ebook: 9786077440277
ISBN epub: 9786077441618
Clave: 240098
248 páginas
19 × 25 cm
Cartoné
1a ed.



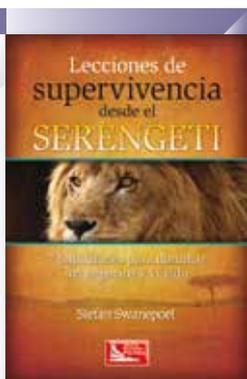
Dicen que leer biografías es subirse a hombros de gigantes.

Leer en detalle acerca de personas ordinarias que han hecho cosas extraordinarias es una fuente inagotable de inspiración al permitirnos no solo el conocimiento de su vida y experiencias, sino también de actos y consecuencias, de reconocimientos e injusticias.

Explorar la vida de individuos exitosos revela que no lo fueron siempre; de hecho, perdieron mucho más de lo que ganaron. Lo que los hizo distintos fue que no se rindieron, y a pesar de los errores y los fracasos, siguieron tratando, pues entendieron que las derrotas en la vida son una parte importante que sirve para aprender. En ocasiones toma mucho tiempo, pero nunca es tarde para hacer algo grande.

¿Quién no soñó de niño con ser astronauta?





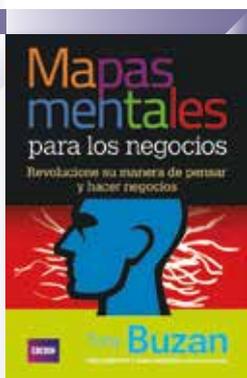
- ISBN: 9786074384789
- Clave: 240105
- 192 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica
- 1a ed.

LECCIONES DE SUPERVIVENCIA DESDE EL SERENGETI.

7 HABILIDADES PARA DOMINAR LOS NEGOCIOS Y LA VIDA

■ SWANEPOEL, STEFAN

Empleando un formato de fábula, el libro ofrece un relato de la migración en el Serengeti africano y de las siete habilidades primarias necesarias para sobrevivir, las mismas habilidades que sirven para hacer frente a los desafíos en los negocios y en la vida. La historia coincide con la incertidumbre financiera actual y las circunstancias expuestas en el texto son similares a las que muchos individuos atraviesan hoy día.



- ISBN: 9786074388374
- Clave: 240198
- 320 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica

MAPAS MENTALES PARA LOS NEGOCIOS. REVOLUCIONE SU MANERA

DE PENSAR Y HACER NEGOCIOS

■ BUZAN, TONY

Tony Buzan, el propio creador de la técnica de los mapas mentales, la explica para que el profesional extraiga los mayores beneficios de ella y la incorpore al trabajo cotidiano, ahorrando tiempo y optimizando su inversión directa y productiva. En este libro se exponen las formas de aplicación directa de las técnicas de los mapas mentales al ámbito de los negocios en temas como ventas, productividad y cambio organizacional.



- ISBN: 9786077444398
- Clave: 240223
- 296 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Rústica
- 1a ed.

COMPROMISO EXCEPCIONAL. LECCIONES DE LOS SEAL PARA LIDERAR SU EMPRESA

■ WILLINK, JOCKO ■ BABIN, LEIF

El liderazgo en combate requiere lograr que un equipo diverso de personas en varios grupos ejecute misiones muy complejas para alcanzar metas estratégicas, algo directamente correlacionado con cualquier compañía u organización. Este libro describe operaciones de combate y adiestramiento de los SEAL a través de la experiencia de los autores y aplica esa experiencia a prácticas de liderazgo y management en el mundo de los negocios.

Jocko Willink, oficial SEAL retirado tras 20 años de servicio en los equipos de fuerzas especiales de la marina estadounidense. En Ar Ramadi, Irak, fue comandante del equipo SEAL tres, fuerza de tarea Bruiser, la más galardonada de la Guerra contra Irak. Condecorado con la Estrella de Bronce y la Estrella de Plata. Fundador de Echelon Front, consultora en que imparte los principios de liderazgo aprendidos en el campo de batalla a compañías muy diversas, desde automotrices hasta de investigación.

Leif Babin, SEAL que combatió junto con Jocko Willink en Ar Ramadi, Irak, durante la operación Libertad Duradera. A su regreso se convirtió en instructor de los nuevos SEAL. Condecorado con dos Estrellas de Bronce, una Estrella de Plata y el Corazón Púrpura. Cofundador de Echelon Front, donde es conferenciante e instructor de liderazgo a partir de los principios aprendidos en el campo de batalla.

CONVERSACIONES CON EL PODER. LO QUE LOS GRANDES PRESIDENTES Y PRIMEROS MINISTROS NOS PUEDEN ENSEÑAR ACERCA DEL LIDERAZGO

■ TILL, BRIAN MICHAEL

Colección de reflexiones y entrevistas de primera mano con presidentes y primeros ministros cuyas decisiones fueron cruciales en el ámbito mundial, entre ellos Bill Clinton, Jimmy Carter, Fernando Henrique Cardoso, Mijaíl Gorbachov, Pervez Musharraf, Ricardo Lagos y Helmut Schmidt. Entre las preguntas formuladas a estos líderes, destacan las referidas a la forma en que llegaron a la cima, lo que hacían en sus cargos, lo que funcionó y lo que dejó de hacer cada uno. El propósito del autor es brindar elementos a las nuevas generaciones que les permitan formar un liderazgo positivo.



- ISBN: 9786074385540
- Clave: 240168
- 278 páginas
- 15,5 × 22,5 cm
- Rústica
- 1a ed.

MADRE TERESA. PRINCIPIOS INESPERADOS PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

■ BOSE, RUMA ■ FAUST, LOU

Detalla los principios de liderazgo utilizados por la Madre Teresa en la construcción de una de las organizaciones más grandes y exitosas del mundo. Los nueve principios esenciales muestran a los lectores cómo aplicar la sabiduría de esta líder en sus vidas y en sus negocios.



- ISBN: 9786074385380
- Clave: 240165
- 152 páginas
- 15,5 × 22,5 cm
- Rústica
- 1a ed.

SECRETOS DE VENTAS, MARKETING E INTERNET. LA GUÍA OCULTA Y ALTERNATIVA PARA HACER CRECER SU NEGOCIO EN LÍNEA

■ BRUNSON, RUSSELL

Permite convertir el negocio y sitio web de una compañía plana y bidimensional a una máquina tridimensional de ventas y marketing que haga posible, mediante embudos de ventas particularizados y guiones scripts probados para desarrollar páginas de ventas, gastar más que la competencia, adquirir un gran número de nuevos clientes, generar (y mantener) más ingreso económico y servir a más gente.

Russell Brunson es un emprendedor serial que ha creado y ayudado al crecimiento de cientos de empresas en línea. Autor de bestsellers quien posee una compañía de software (ClickFunnels), una de suplementos alimentarios, otra de coaching (DotComSecrets). Experto en marketing por internet, es también un exitoso conferenciante.



- ISBN ebook: 9786077444572
- ISBN epub: 9786077444596
- 304 páginas
- 1a ed.



DISPONIBLE SOLO EN FORMATO DIGITAL



¿QUIÉN SE HA LLEVADO A MI CLIENTE? ESTRATEGIAS CLAVE PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES

■ THOMPSON, HARVEY

Guía que introduce nuevos y poderosos enfoques y estructuras para lograr atraer y retener a los clientes en una época de deserción progresiva de los consumidores.

Harvey Thompson es una autoridad a nivel mundial en el tema de estrategias enfocadas en el cliente y diseño empresarial. Creó y dirigió la división de consultoría gerencial de IBM en CRM y gestión de lealtad. Múltiples veces mencionado y entrevistado en diversas publicaciones, y él a su vez autor de libros que son lectura recomendada en las principales universidades del mundo, además de que se han traducido a nueve idiomas.

- © ISBN: 9786077442301
- © Clave: 240210
- © 264 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



¡TU CLIENTE MANDA! CÓMO PROPORCIONAR LAS EXPERIENCIAS ME2B QUE EXIGEN LOS CLIENTES DE HOY

■ PRICE, BILL ■ JAFFE, DAVID

Introduce el modelo Me2B, en el cual se cumple la máxima; “el cliente tiene el control”. Ofrece una mirada detallada a la manera en que las organizaciones satisfacen siete necesidades fundamentales de los clientes y les proporcionan experiencias excepcionales, lo que las transforma y optimiza.

Bill Price fue el primer vicepresidente global de servicio al cliente en Amazon. Es fundador del Global Operation Council, presidente del Chief Customer Office Forum in the Americas, fundador de Driva Solutions LLC, cofundador de Limebridge Global Alliance y socio de Antuit.

David Jaffe es director consultivo y fundador de LimeBridge Australia. Creó el Chief Customer Service Forum en ese país y ha sido orador y consultor en eventos y conferencias por todo el mundo.

- © ISBN: 9786077441823
- © ISBN ebook: 9786077443018
- © ISBN epub: 9786077442912 I
- © Clave: 240211
- © 280 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



DEJE DE VENDER. Y CONÉCTESE CON LOS CLIENTES

■ STRATTEN, SCOTT ■ KRAMER, ALISON

Aborda la necesidad de cambiar el enfoque de negocios y alejarse de la visión de embudo para poder alcanzar el éxito en los negocios físicos y digitales. Muestra los secretos de lo que influencia las decisiones de compra y resalta tres factores de diferenciación: contenido, conexión, compromiso.

Scott Stratten es el nuevo gurú del marketing; un experto en mercadotecnia viral, social y auténtica, lo que él llama “Sin Marketing”, como su compañía, Un-Marketing. Es un conferenciante experto para compañías de primer nivel. Ha sido nombrado uno de los cinco más importantes e influyentes personajes en el mundo de las redes sociales.

Alison Kramer es una especialista en mercadotecnia con dos títulos universitarios que se desempeña hombro con hombro con Stratten en Un-Marketing y ha escrito con él otros tres libros.

- © ISBN: 9786077441229
- © ISBN ebook: 9786077443025
- © ISBN epub: 9786077441304 I
- © Clave: 240207
- © 256 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



ERRORES Y ACIERTOS DEL MARKETING. 2A ED.

■ HARTLEY, ROBERT F. ■ CLAYCOMB, CINDY

Presenta una selección de casos de estudio de importantes corporaciones cuyas decisiones y prácticas les condujeron al éxito o al fracaso, así como la manera en que continuaron adelante, expuestos por temas principales de marketing y con ayudas didácticas para promover el análisis en los ámbitos académico y profesional.

Robert F. Hartley¹ fue profesor emérito de la Cleveland State University, en cátedras de management, marketing y ética. Fallecido a fines de 2012 y con un gran número de obras de su autoría, esta edición de *Errores y aciertos del marketing* fue la última, después de 38 años de publicaciones. Su nombre está inscrito en dos importantes listas: Who's Who in America y Who's Who in the World.

Cindy Claycomb se unió al doctor Hartley como autora en esta edición. Es profesora de marketing y decana interina en la W. Frank Barton School of Business de la Wichita State University. Imparte una variedad de cursos de mercadotecnia a nivel de licenciatura y posgrado. Sus investigaciones se publican en muchas revistas académicas.



- © ISBN: 9786074388039
- © Clave: 240189
- © 496 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 2a ed.

LAS 20 P DEL MARKETING

■ PEARSON, DAVID

Reestructura el conocido modelo de las 4 P del marketing y adiciona 16 factores más a la mezcla de mercadotecnia para lograr el éxito de la estrategia mercadológica y, por ende, de la empresa.

David Pearson cuenta con una experiencia de más de 40 años en el mundo de la mercadotecnia y la formación de marcas, y ha jugado un papel clave para definir lo que es la estrategia de marketing. Ha sido colaborador en los más altos niveles en Sony, Procter & Gamble, Mars y Pillsbury, entre otros. Pearson es el profesional de la mercadotecnia más premiado en Reino Unido, siendo incluso adscrito al Marketing Hall of Fame.



- © ISBN: 9786074388138
- © Clave: 240190
- © 368 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.

E-X-I-T-O. SU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL EN 5 PASOS

■ KUTCHERA, JOE CON GARCÍA, HILDA ■ FERNÁNDEZ, ALONSO

Mediante un modelo de cinco factores llamado E-X-I-T-O se explica cómo preparar una estrategia en línea, conocer a la audiencia nicho, producir contenido, enviar los mensajes en diversos formatos y evaluar los resultados de una campaña digital. Se hace posible establecer una estrategia mercadológica eficaz para comunicarse y atraer a la audiencia en línea, en dispositivos móviles y a través de todos los medios.

Joe Kutchera es asesor en marketing social, así como un conferenciante internacional y autor con amplia experiencia en marketing digital. Durante su trabajo en Grupo Editorial Expansión su equipo lanzó CNNExpansión, el sitio de noticias en español líder en Norteamérica. Asimismo, formó el equipo de ventas de publicidad digital para dicho Grupo con el lanzamiento de sitios web para CNNExpansión, Quien y Chilango.

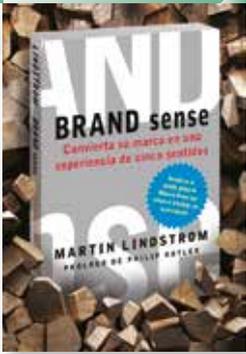
Hilda García es vicepresidenta de contenidos e información de ImpreMedia, empresa noticiosa hispana líder en EUA. Fundó el primer periódico digital oficialmente reconocido: www.mexis.com con el apoyo de Compuserve.

Alonso Fernández es comunicólogo y maneja las relaciones con grandes agencias dentro del equipo de Agencias de Google México. Desarrolla estrategias que impulsen el crecimiento del marketing interactivo y enriquezcan el ecosistema digital de México.



- © ISBN: 9786074386387
- © ISBN ebook: 9786074387773
- © ISBN epub: 9786077441489
- © Clave: 240173
- © 256 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



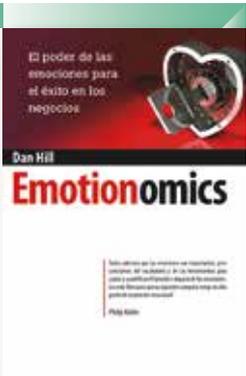


- © ISBN: 9789708170659
- © Clave: 240135
- © 256 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica

BRAND SENSE. CONVIERTA SU MARCA EN UNA EXPERIENCIA DE CINCO SENTIDOS

■ LINDSTROM, MARTIN

La obra demuestra que los enfoques multisensoriales dan excelentes resultados en la fidelización del cliente. La premisa del libro es que la mercadotecnia debe revolucionarse e involucrar los cinco sentidos del consumidor, ya que una estrategia sensorial es indispensable en los nuevos planes de marketing. Contiene casos de estudio de Apple, Mercedes-Benz, Nestlé y otras compañías de primer nivel.

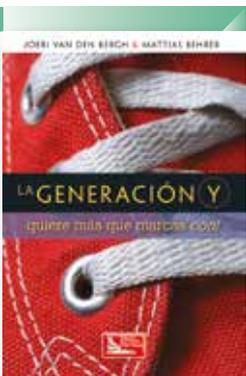


- © ISBN: 9786074388442
- © Clave: 240192
- © 400 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica

EMOTIONOMICS. EL PODER DE LAS EMOCIONES PARA EL ÉXITO EN LOS NEGOCIOS

■ HILL, DAN

Este libro, profusamente ilustrado, es una guía profunda y práctica para sortear la dinámica emocional que determina las ventas y productividad de una empresa. *Emotionomics* le hará comprender las emociones en términos de oportunidades de negocio, tanto en el mercado como en el sitio de trabajo, permitiéndole no solo mantenerse cerca de sus clientes y colaboradores, sino también encauzándolo para estar a la cabeza de sus competidores.



- © ISBN: 9786074385090
- © ISBN ebook: 9786074387834
- © ISBN epub: 9786077441755 1
- © Clave: 240106
- © 304 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



LA GENERACIÓN Y QUIERE MÁS QUE MARCAS COOL

■ VAN DEN BERGH, JOERI ■ BEHRER, MATTIAS

Con base en años de investigación, el libro brinda información detallada sobre la Generación Y (13-29 años), información que permite hacer publicidad, marketing y branding relevante para este grupo de edad. Contiene un modelo de cinco factores, estudios de caso y entrevistas con los ejecutivos de marketing global de marcas de éxito como Nokia, Nike, Levis y Coca-Cola.

MERCADOTECNIA DE BOCA EN BOCA. HAGA QUE HABLEN DE USTED

■ SERNOVITZ, ANDY

Guía práctica para aprender a dominar el marketing de boca en boca y conseguir los mejores clientes posibles, gratuitamente. Describe el arte y la ciencia de entablar comunicaciones beneficiosas entre los consumidores, y entre el consumidor y el experto en marketing. Aborda el propósito de los blogs, comunidades, email viral, evangelistas y el rumor, y explica cuándo usarlos para hacer que funcionen para el negocio y sus clientes.

Prólogo de Seth Godin (uno de los teóricos del marketing más importantes del siglo XXI) y epílogo de Guy Kawasaki (uno de los mayores especialistas mundiales en nuevas tecnologías y marketing).



- © ISBN: 9786074388343
- © ISBN ebook: 9786074387889
- © ISBN epub: 9786077441632
- © Clave: 240194
- © 216 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



JUGAR PARA GANAR. NINTENDO Y EL RESURGIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE VIDEOJUEGOS

■ SLOAN, DANIEL

Detalla la transición y desarrollo del software y hardware (las exitosas consolas de videojuegos DS y Wii) desde el siglo XIX hasta la fecha, y la forma en que se combinaron diversos factores para ampliar la población de jugadores y conducir a Nintendo a la cima de su industria, convirtiéndola en ejemplo de la estrategia de respuesta creativa.

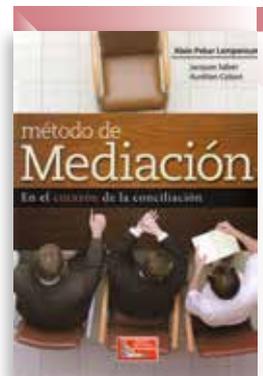


- © ISBN: 9786074385557
- © Clave: 240169
- © 304 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.

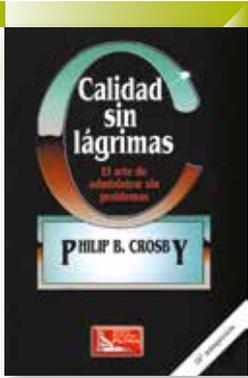
MÉTODO DE MEDIACIÓN. EN EL CORAZÓN DE LA CONCILIACIÓN

■ SALZER, JACQUES ■ PEKAR LEMPEREUR, ALAIN ■ COLSON, AURÉLIEN

Útil para el mediador y para las partes en conflicto, *Método de mediación* expone las técnicas y las prácticas aplicables en este terreno, sacadas tanto de reflexiones teóricas como de experiencias concretas en torno al conflicto y sus modos de resolución. Expone paso a paso las técnicas de mediación útiles para transacciones comerciales, relaciones familiares, centros financieros e, incluso, en el entorno político.



- © ISBN: 9786074382389
- © Clave: 240083
- © 280 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica

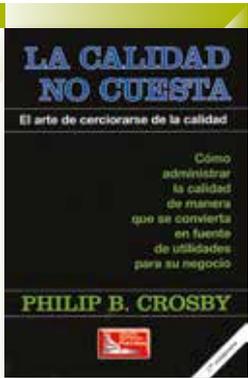


- ISBN: 9789682607905
- Clave: 240110
- 212 páginas
- 17 × 24 cm
- Cartoné

CALIDAD SIN LÁGRIMAS. EL ARTE DE ADMINISTRAR SIN PROBLEMAS

■ CROSBY, PHILIP B.

Obra clásica de Crosby que define la calidad como un principio organizador que rige la totalidad de las tareas de administración dentro de una empresa; este libro permite ejemplificar con dos casos hipotéticos los problemas y las actitudes de las empresas que tienen un desempeño mediocre. Además, postula una serie de prácticas y políticas administrativas conocidas en el ambiente de la administración como la “Vacuna Crosby”, cuya observancia encamina a la empresa hacia una administración libre de problemas.



- ISBN: 9789682611766
- Clave: 240113
- 238 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Cartoné

LA CALIDAD NO CUESTA. EL ARTE DE CERCIORARSE DE LA CALIDAD

■ CROSBY, PHILIP B.

Obra pionera de Crosby sobre calidad, donde la define por vez primera como una meta alcanzable, susceptible de ser medida y de reportar beneficios directos a resultados; como un catalizador organizativo que establece la línea que separa el éxito del fracaso, basada en su experiencia como líder de un proceso de calidad emprendido a mediados de la década de 1960 en la empresa de telecomunicaciones International Telephonic and Telegraphic Corp. (ITT).



- ISBN: 9786074388558
- Clave: 240196
- 300 páginas
- 15.5 × 22.5 cm
- Cartoné

KAIZEN. LA CLAVE DE LA VENTAJA COMPETITIVA JAPONESA

■ IMAI, MASA AKI

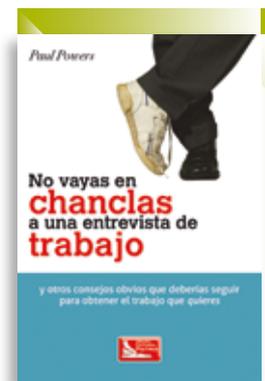
Si hay una obra que ponga al alcance del lector y del administrador occidental el conjunto de prácticas y herramientas administrativas que constituyen el secreto del llamado milagro japonés, es esta. Los conceptos que son parte de la cultura administrativa internacional —círculos de calidad, cultura empresarial, mejoramiento continuo, enfoque hacia el cliente, justo a tiempo—, aparecen explicados como instancias de un único concepto básico: el Kaizen.

NO VAYAS EN CHANCLAS A UNA ENTREVISTA DE TRABAJO. Y OTROS CONSEJOS OBVIOS QUE DEBERÍAS SEGUIR PARA OBTENER EL TRABAJO QUE QUIERES

■ POWERS, PAUL

Más allá de la mera entrevista laboral, este libro permite una comprensión sólida y realista de la totalidad del proceso de búsqueda de empleo. Presenta una serie de técnicas y estrategias prácticas, fáciles y comprobadas, junto con lecciones de cientos de profesionales que han tenido éxito en encontrar el empleo que quieren y que han sido recabadas e investigadas de manera acuciosa por el autor.

Paul Powers, psicólogo, autor, coach de carrera y de ejecutivos, así como un conferenciante popular, cuya misión es ayudar a otros a lograr una carrera más gratificante, una organización más productiva y una vida más satisfactoria. Además de tres exitosos libros, su trabajo ha aparecido en cientos de periódicos y estaciones radiales y cadenas televisivas.



© ISBN: 9786077444381
 © Clave: 240221
 © 236 páginas
 © 15,5 × 22,5 cm
 © Rústica
 © 1a ed.

SABOTAJE SIMPLE. UN MANUAL DE CAMPO MODERNO PARA DETECTAR Y ELIMINAR CONDUCTAS COMUNES QUE DAÑAN SU ORGANIZACIÓN

■ GALFORD, ROBERT M. ■ FRISCH, BOB ■ GREENE, CARY

Es la transformación sucinta y elegante de un documento histórico, el *Manual de campo del sabotaje simple*, publicado por la Oficina de Servicios Estratégicos estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial, en un importante mensaje para los líderes actuales y futuros. Trata de las interacciones y procesos de rutina en el trabajo, que se debilitan por el entorpecimiento involuntario de las personas que intervienen en él mediante acciones que, aunque simples, resultan perjudiciales. Presenta las nueve tácticas de sabotaje en una organización y cómo desterrar estas conductas corrosivas.

Robert M. Galford, experto en educación ejecutiva por la Harvard Graduate School of Design y miembro docente de la National Association of Corporate Directors. Socio director del Center for Leading Organizations.

Bob Frisch es uno de los facilitadores estratégicos más importantes del mundo. Diseña y conduce sesiones de trabajo en 15 países para compañías clasificadas entre las 10 principales multinacionales según *Fortune*. Socio director de Strategic Offsites Group.

Cary Greene, socio del Strategic Offsites Group, asesora a consejos de administración y altos ejecutivos en cuanto a transformaciones a gran escala, desafiantes asuntos estratégicos y conferencias de liderazgo.



© ISBN: 9786077444527
 © Clave: 240224
 © 168 páginas
 © 15,5 × 22,5 cm
 © Rústica
 © 1a ed.

NO TODO EL MUNDO MERECE UN TROFEO. CÓMO LIDERAR MILLENNIALS DE MANERA EFECTIVA

■ TULGAN, BRUCE

Proporciona un marco práctico para reclutar, capturar, desarrollar, motivar y retener a la nueva generación de empleados, convirtiéndolos en la fuerza estelar que pueden ser. Contiene un enfoque paso por paso para liderar de manera efectiva a los millennials, de modo que desarrollen su enfoque y capacidad innovadora en beneficio propio y de la compañía.

Bruce Tulgan es asesor de líderes empresariales de todo el mundo, un solicitado conferenciante y expositor de seminarios. Fundador y director general de Rainmaker Thinking, Inc., empresa dedicada a la investigación y capacitación en materia gerencial. Articulista y autor de numerosos bestsellers, publicó su primer libro sobre la gente joven en el lugar de trabajo cuando tenía 27 años de edad, como un vocero de su propia generación y hoy, tras 15 años de trabajo con líderes empresariales en empresas diversas, presenta un panorama analítico y fundamentado de las generaciones Y y Z.



© ISBN ebook: 978607744916
 © ISBN epub: 9786077444978
 © 256 páginas
 © 1a ed.





¡BASTA DE VERNOS ASÍ! CÓMO HACER MEJORES JUNTAS EN MENOS TIEMPO

■ AXELROD, RICHARD (DICK) H. ■ AXELROD, EMILY M.

Permite reestructurar las reuniones para que se haga el trabajo; todo el mundo participe y reciba respeto; la junta sea motivadora, no agotadora y; el tiempo se valore y no se desperdicie.

Dick y Emily Axelrod son fundadores de The Axelrod Group, una consultora especializada en cambio y desarrollo organizacional. Con experiencia en diversidad de empresas desde Coca-Cola hasta Intel, los autores tienen reconocimiento mundial y han recibido importantes premios de la Universidad Benedictina, la Universidad de Chicago y la Organizational Development Network.

- © ISBN: 9786077441045
- © ISBN ebook: 9786077443117
- © ISBN epub: 9786077442929
- © Clave: 240202
- © 168 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



ELEMENTAL, MI QUERIDO CONSULTOR. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL AL ESTILO SHERLOCK HOLMES

■ ORTEGA REYES, ANTONIO OSWALDO

Desarrolla los principios básicos del razonamiento abductivo aplicados al diagnóstico organizacional desde el rol del consultor a partir de los métodos, técnicas y premisas del detective Sherlock Holmes.

Antonio Oswaldo Ortega R., es doctor en Ciencias Administrativas por la ESCA del IPN y posee un posdoctorado en Consultoría Científica por el Instituto de Socioeconomía de las Empresas y las Organizaciones (Francia); es profesor certificado por la Universidad de Cambridge. Ha sido consultor y capacitador administrativo. Participante en talleres de creación literaria de la Escuela de Artes de Hidalgo y en la Asociación de Escritores Hidalguenses. Catedrático de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo desde hace 22 años. Autor de diversos modelos, métodos y técnicas presentados como artículos de divulgación, artículos científicos, capítulos de libro y libros.

- © ISBN: 9786077441373
- © ISBN epub: 9786077443100
- © Clave: 240208
- © 236 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



CÓMO SER EL JEFE. LOS TRES IMPERATIVOS PARA CONVERTIRSE EN UN GRAN LÍDER

■ HILL, LINDA A. ■ LINEBACK, KENT

Presenta los tres imperativos para convertirse en un gran líder mediante una secuencia extremadamente ingeniosa de situaciones poderosas y comprometidas, así como de auto-evaluaciones que aplican tanto a jefes novatos como a experimentados, en cualquier posición de la organización.

Considerado por *The Wall Street Journal* como uno de los mejores libros de negocios para el desarrollo de carrera.

Linda A. Hill es catedrática de la facultad de Administración de Empresas en la Harvard Business School. Preside la iniciativa de liderazgo de esta institución y encabezó el equipo que desarrolló el curso de liderazgo para su MEA.

Kent Lineback es un experimentado empresario con 30 años en puestos directivos tanto en el sector público como en el privado.

- © ISBN: 9786074386332
- © ISBN ebook: 9786074387766
- © ISBN epub: 9786077441779 |
- © Clave: 240143
- © 304 páginas
- © 15.5 × 22.5 cm
- © Rústica
- © 1a ed.



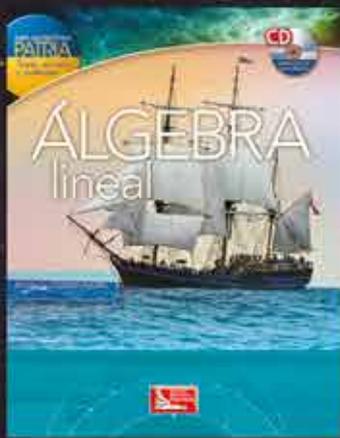
DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO DE COMERCIO INTERNACIONAL

■ HINKELMAN, EDWARD G.

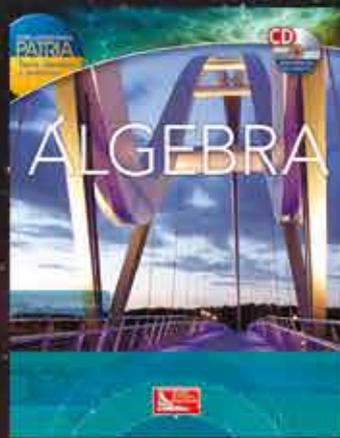
Obra de referencia que contiene amplia información acerca de los conceptos y temas propios del comercio internacional que permite conocer con suficiente detalle todo lo relativo a ellos. Vasto conjunto de términos y temas definidos y explicados con amplitud, además de ilustraciones descriptivas de contenedores, documentos, mapas, etc. Al ser un libro de consulta, cada concepto y tema ha recibido un tratamiento particular, detallado y referido a otros términos de interés. Es el diccionario estándar del comercio internacional.



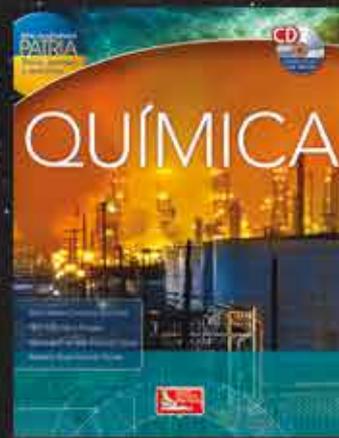
- © ISBN: 9786074383553
- © Clave: 240094
- © 662 páginas
- © 15,5 × 22,5 cm
- © Cartoné
- © 2a ed.



978-607-438-344-7
ebook 9786074388916
clave: 230121



978-607-438-399-7
ebook 9786074388930
clave: 230127



978-607-438-266-2
ebook 9786074389357
clave: 230114



978-607-438-533-5
ebook 9786074389098
clave: 230139



978-607-438-390-4
ebook 9786074389074
clave: 230125



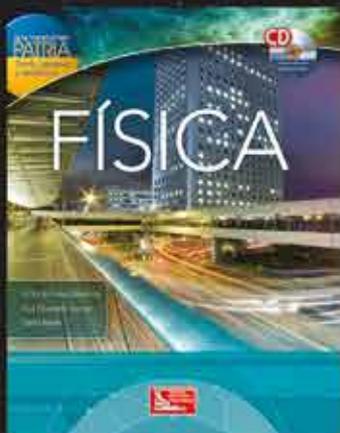
978-607-438-513-7
ebook 9786074388527
clave: 230138



978-607-438-632-5
ebook 9786074389055
clave: 230261



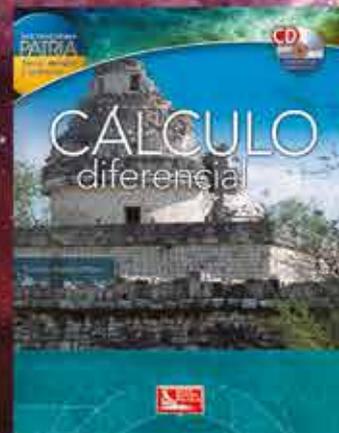
978-607-438-628-8
ebook 9786074389111
clave: 230041



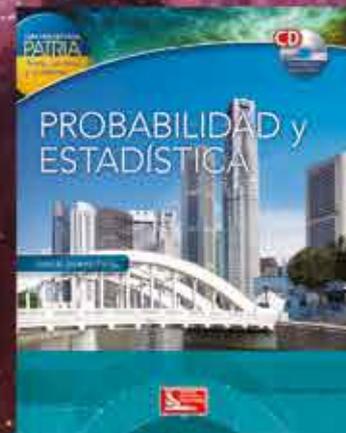
978-607-438-301-0
ebook 9786074389159
clave: 230115



978-607-438-386-7
ebook 9786074389418
clave: 230123

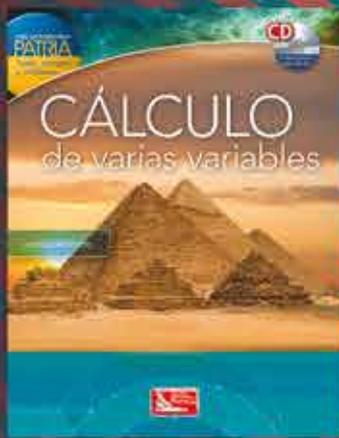


978-607-438-465-9
ebook 9786074388978
clave: 230133



978-607-438-514-4
ebook 9786074389302
clave: 230259

- Apoyo idóneo para preparar tu examen.
- Más de 500 problemas para ser resueltos, relacionados con tu vida académica y profesional.
- Consejos prácticos para solucionar problemas.
- Problemas resueltos paso a paso.



978-607-438-644-8
ebook 9786074388961
clave: 230262

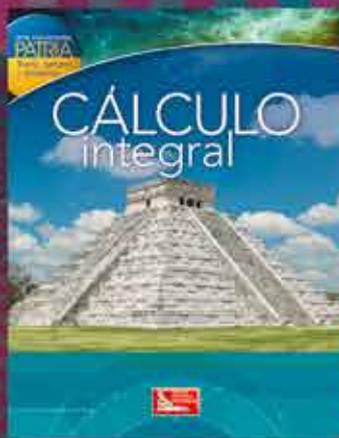


978-607-438-696-7
ebook 9786074389234
clave: 230273

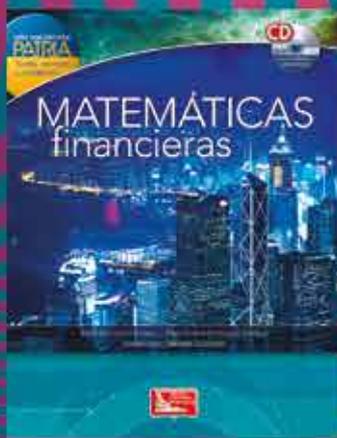
SERIE UNIVERSITARIA
PATRIA

Teoría, ejemplos
y problemas

Descubre
un poderoso
aliado para
tu proyecto de
aprendizaje



978-607-438-614-1
ebook 9786074389012
clave: 230026



978-607-438-722-3
ebook 9786077440338
clave: 230277

- Explicaciones teóricas claras y sencillas.
- Texto flexible que se ajusta a tus necesidades de estudio.
- CD-ROM con simulaciones, videos, convertidor de unidades, tabla periódica interactiva, documentos adicionales y respuesta a los problemas.
- Complemento ideal para cualquier libro de texto.

0

2

0

2

NOTAS

NOTAS



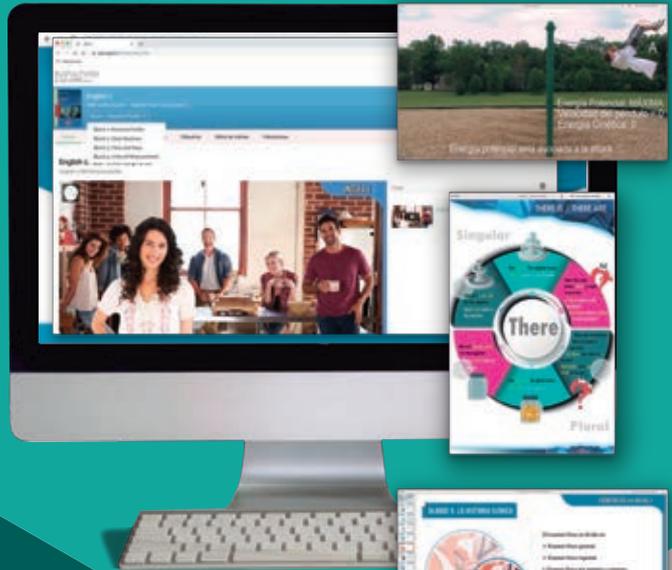
PATRIA educación SALI

Sistema de aprendizaje en línea

Nuevos contenidos:

- ▶ Videos
- ▶ Infografías
- ▶ Ejercicios
- ▶ Lecturas
- ▶ Presentaciones
- ▶ Y más ...

¡Todo desde tu dispositivo móvil o computadora de escritorio!



PATRIA educación

<https://www.sali.org.mx>





CONTACTO

Para brindarle atención inmediata y personalizada,
comuníquese con nosotros.

OFICINAS CORPORATIVAS

Renacimiento 180, Col. San Juan Tlihuaca, C.P. 02400, Azcapotzalco, Ciudad de México

Teléfonos: (01-55) 5354 9100, (01-55) 1102 1300

Fax: (01-55) 5354 9109

Lada sin costo: 01 800 PATRIA 831 2661

E-mail: info@editorialpatria.com.mx

VENTAS AL EXTRANJERO

(52-55) 5354 9100 ext. 245 - 246

Fax (52-55) 5354 9102

jserrano@larousse.com.mx

GUADALAJARA

Reforma 1735, Col. Ladrón de Guevara, Sector Hidalgo, C.P. 44600, Guadalajara, Jalisco

Teléfono: (01-33) 3616 4353

Fax: (01-33) 3616 1263

PUEBLA

Calle 11 Poniente, Núm. 1311, Departamento 206, Col. Centro, C.P. 72430, Puebla, Puebla

Teléfono/Fax: (01-22) 246 6708 - 242 2704

MONTERREY

Belisario Domínguez 2703 PB, Col. Obispado, C.P. 64460, Monterrey, Nuevo León

Teléfono/Fax: (01-81) 8333 0618

www.editorialpatria.com.mx

www.sali.org.mx

<http://digital.latiendadellibrero.com>



EMPRESA DEL GRUPO
hachette
LIVRE



PATRIA, a favor del planeta