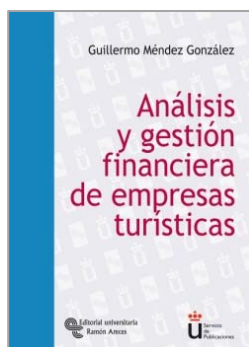


ANÁLISIS Y GESTIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS



AUTORES: Guillermo Méndez González. Profesor titular de E.U. de Organización de Empresas URJC

ISBN: 978-84-8004-930-6

NUESTRA REFERENCIA: FETUJC002001

EDICIÓN: 1.ª, Septiembre 2009

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17X24

PÁGINAS: 296

PVP: 29,00 €

IBIC: KNSG;KJMV1;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN TURISMO

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. -1. La función financiera en la empresa. -2. El contenido financiero del balance. -3. El contenido financiero de la cuenta de explotación. -4. El activo fijo. -5. El circulante de empresa. -6. Las fuentes de financiación. -7. Planificación y análisis financiero. -8. El sistema financiero. -Soluciones de los ejercicios. -Glosario.

SINOPSIS: La finalidad de esta publicación es la de acercar al lector a las herramientas e instrumentos del área financiera de una empresa.

Cuando hablamos de empresas del Sector Turístico, incardinado en el de Servicios, nos estamos refiriendo a un amplio abanico de actividades y a un importante número de empresas con dimensiones que alcanzan desde la PYME, que explota un pequeño negocio, hasta grandes grupos turísticos que están presentes en los mercados financieros y con proyección internacional, con características diferentes y con estructuras económicas tan amplias y diversas que dan lugar a que se de la mayoría, por no decir la totalidad de la problemática financiera.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- **UNIVERSIDAD:** URJC **FACULTAD:** GRADO TURISMO (SEMIPRESENCIAL) **CURSO:** 4º1C
ASIGNATURA: ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA TURÍSTICA

CASOS PRÁCTICOS DE GESTIÓN DE EMPRESAS



AUTORES:

- Santiago Garrido Buj, catedrático de Organización de Empresas UNED
- María Romero Cuadrado. Profesora titular de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-9961-343-7

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00180001

EDICIÓN: 1.ª, Octubre 2019

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 184

PVP: 27,00 €

IBIC: KJBX

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN TURISMO

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Introducción. -Tema 1. Productividad y rentabilidad. -Tema 2. Riesgo e incertidumbre. -Tema 3. Análisis financiero. -Tema 4. Punto de equilibrio y apalancamiento. -Tema 5. Presupuesto. -Tema 6. Selección de inversiones. -Tema 7. Valoración de empresas. -Tema 8. Estructuras, fondo de maniobra y gestión a corto. -Tema 9. Almacenes. -Tema 10. Árboles y criterios de decisión. -Tema 11. Programación lineal. -Tema 12. PERT.

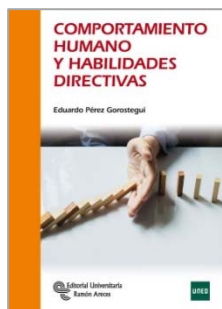
SINOPSIS: Libro de texto introductorio para la asignatura de economía de la empresa de cualquier grado. Libro complementario al libro Fundamentos de Gestión de Empresas

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN TURISMO CURSO: 1ºIC
ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

COMPORTAMIENTO HUMANO Y HABILIDADES DIRECTIVAS



AUTORES: Eduardo Pérez Gorostegui, catedrático de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-9961-311-6

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00178001

EDICIÓN: 1.ª, Julio 2018

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 608

PVP: 45,00 €

IBIC: KJU;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: INGENIERÍA Y CIENCIAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Presentación. **-Primera Parte. Aspectos humanos de la dirección de la empresa.** -Capítulo 1: El comportamiento humano en la organización. -Capítulo 2: La empresa como organización y sistema. -Capítulo 3: La dirección de la organización. -Capítulo 4: El diseño de la estructura de la organización y la comunicación. -Capítulo 5: La dirección estratégica de la empresa. **-Segunda Parte. El comportamiento humano en la empresa.** -Capítulo 6: El liderazgo. -Capítulo 7: La motivación. -Capítulo 8: Eficiencia y motivación en el puesto de trabajo. -Capítulo 9: Los equipos de trabajo. -Capítulo 10: Poder, política y conflicto. -Capítulo 11: Cultura, cambio, aprendizaje y desarrollo organizativo. **-Tercera Parte. La dirección de los Recursos Humanos.** -Capítulo 12: Los Recursos Humanos en la dirección de empresas. -Capítulo 13: La planificación de los RRHH y el análisis y diseño de los puestos de trabajo. -Capítulo 14: Búsqueda y selección de personas. -Capítulo 15: Orientación y ubicación. -Capítulo 16: Formación y desarrollo. -Capítulo 17: Planificación de carreras. -Capítulo 18: Evaluación del mérito y del desempeño. -Capítulo 19: Valoración de puestos y determinación de remuneraciones. -Capítulo 20: Incentivos y participación en beneficios. -Capítulo 21: Prestaciones extrasalariales y masa salarial. -Capítulo 22: Auditoría y control de la Dirección de Recursos Humanos. -Capítulo 23: Habilidades personales específicas. -Capítulo 24: Ética y responsabilidad social. -Bibliografía.

SINOPSIS: Libro introductorio sobre la dirección de organizaciones que trata sobre el comportamiento que tienen las personas, tanto individualmente como en grupo, y sobre las habilidades que ha de utilizar la dirección para orientar ese comportamiento hacia la consecución de los objetivos empresariales.

La primera parte trata sobre la empresa y su dirección, la segunda sobre el comportamiento humano en el trabajo y la tercera la dirección de las personas en la empresa.

Con una cuidada metodología, al comienzo de cada capítulo se ha incluido un mapa conceptual y cinco cuestiones previas para despertar la curiosidad y la motivación del lector y una introducción. Al final un resumen y diez cuestiones.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CURSO: 4º1C OPTATIVA **ASIGNATURA:** COMPORTAMIENTO HUMANO Y HABILIDADES DIRECTIVAS
- UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA Y BACHILLERATO, FORMACIÓN PROFESIONAL Y ENSEÑANZAS DE IDIOMAS **CURSO:** 1C OB.
ASIGNATURA: ECONOMÍA DE LA EMPRESA (ESPECIALIDAD FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL)
- UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN PÚBLICA, POLÍTICAS PÚBLICAS Y TRIBUTACIÓN (PLAN 2014) **CURSO:** 2C **ASIGNATURA:** RECURSOS HUMANOS, LIDERAZGO Y HABILIDADES DIRECTIVAS (ESPECIALIDAD DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA)

DIRECCIÓN DE EMPRESAS



AUTORES: Eduardo Pérez Gorostegui, catedrático de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-9961-397-0

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00184001

EDICIÓN: 1.^a, Septiembre 2021

ENCUADERNACIÓN: Rústica 19x24,5

PÁGINAS: 784

PVP: 64,00 €

IBIC: KJ;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. -**Parte I: Dirección general y de recursos humanos.** -Capítulo 1. Empresa, dirección y estrategia. -Capítulo 2. Organización y dirección de personas. -Capítulo 3. Toma de decisiones. -**Parte II: Dirección financiera.** -Capítulo 4. Beneficio, rentabilidad y equilibrio financiero. -Capítulo 5. Rentabilidad y coste financiero. -Capítulo 6. Riesgo y valoración de empresas. -**Parte III. Dirección de la producción.** -Capítulo 7. Objetivos. Alternativas y decisiones de producción. -Capítulo 8. Capacidad de producción y logística. -**Parte IV. Dirección de marketing.** -Capítulo 9. Estudio del mercado y de la demanda. -Capítulo 10. Variables mercadotécnicas. - Pruebas objetivas de autoevaluación. -Apéndice de tablas estadísticas. -Cronograma orientativo. -Bibliografía.

SINOPSIS: El principal objetivo del este manual es facilitar la puerta de entrada al mundo de la administración y dirección de empresas a todos los alumnos de las diferentes titulaciones (Economía, Turismo, Ingenierías, etc.) que necesitan una formación empresarial básica.

Y para los alumnos de ADE como texto básico de una introducción a las materias que forman el eje central de los estudios.

La existencia de una asignatura y de un manual que ofrece una revisión de la generalidad de la problemática de la empresa y de su dirección es esencial en el mantenimiento de una visión sintética y sistemática sin la cual no puede llegarse a una comprensión adecuada del fenómeno empresarial.

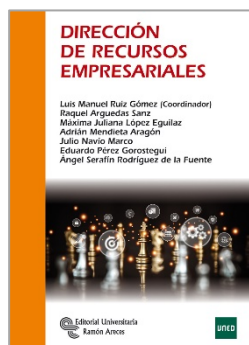
INFORMACIÓN ADICIONAL: Sustituye a CURSO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA. INTRODUCCIÓN

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS CURSO: 1º1C ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN ECONOMÍA CURSO: 1º1C ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES CURSO: 4º1C ASIGNATURA: ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN INGENIERÍA EN ELECTRÓNICA INDUSTRIAL Y AUTOMÁTICA CURSO: 4º1C ASIGNATURA: ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN INGENIERÍA ELÉCTRICA CURSO: 4º1C ASIGNATURA: ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: MÁSTER EN DIRECCIÓN PÚBLICA, POLÍTICAS PÚBLICAS Y TRIBUTACIÓN CURSO: 1C ASIGNATURA: PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: MICROGRADO EN ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS CURSO: 1C OB ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: MICROGRADO EN MARKETING Y ESTRATEGIAS COMERCIALES CURSO: 1C OPTATIVA ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

DIRECCIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES



AUTORES:

- Luis Manuel Ruiz Gómez (coord.). Profesor titular de Organización de Empresas UNED
- Raquel Arguedas Sanz. Profesora titular de Economía de la Empresa y Contabilidad UNED
- Máxima Juliana López Equilaz. Profesora contratada honorífica de Organización de Empresas UNED
- Adrián Mendieta Aragón. Personal investigador de Economía Aplicada UNED
- Julio Navío Marco. Profesor titular de Organización de Empresas UNED
- Eduardo Pérez Gorostegui. Catedrático de Organización de Empresas UNED
- Ángel Serafín Rodríguez de la Fuente. Profesor invitado UNED

ISBN: 978-84-9961-438-0

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00187001

EDICIÓN: 1.ª, Septiembre 2023

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 464

PVP: 25,00 €

IBIC: KJM;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: MÁSTER EN INGENIERÍA INDUSTRIAL ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. -**Primera Parte: Dirección de la empresa y su estrategia.** -Capítulo 1. La dirección de la empresa y su estrategia. -**Segunda Parte: Dirección y gestión de los recursos financieros.** -Capítulo 2. Análisis económico-financiero de la empresa. -Capítulo 3. Inversión y financiación. -**Tercera Parte: Dirección y gestión de recursos humanos y habilidades directivas.** -Capítulo 4. Dirección de recursos humanos. -Capítulo 5. La motivación, el puesto de trabajo y la gestión de equipos. -Capítulo 6. Cultura y liderazgo. -Capítulo 7. Toma de decisiones, política, poder y conflicto organizativo. -**Cuarta Parte: Dirección y gestión de recursos tecnológicos e innovación.** -Capítulo 8. Recursos tecnológicos e innovación. -Capítulo 9. Innovación continua y cultura innovadora. -**Quinta Parte: Dirección y gestión de los recursos y capital físicos.** -Capítulo 10. Dirección del sistema de producción. -**Soluciones a las preguntas de autoevaluación.**

SINOPSIS: Los estudiantes de ingeniería precisan completar su formación técnica con profundos conocimientos de economía y empresa por imperativo de su desarrollo profesional, pero también como demanda de sus empleadores y de las agencias de acreditación que perciben la importancia de formar a los ingenieros en aspectos de gestión.

Este manual se plantea, en concreto, como formación en el ámbito empresarial para todos los estudiantes de los másteres de ingeniería impartidos por la UNED, pero igualmente puede servir para cualquier estudio universitario de ingeniería o ciencias sociales del Espacio Europeo de Educación Superior, para profundizar en los conceptos, principios, técnicas y herramientas del ámbito directivo de las empresas y así dotar al ingeniero de los conocimientos básicos que le puedan ayudar en tareas de responsabilidad en organización y a profundizar en la comprensión y el conocimiento de los fundamentos de la dirección y gestión de empresas, su estrategia y estructura, los aspectos contables y financieros, los relacionados con la gestión de producción y operaciones, la gestión de personas, así como la innovación.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA INDUSTRIAL
- **CURSO:** 1C **ASIGNATURA:** DIRECCIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES

DIRECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA



AUTORES:

- Eduardo Pérez Gorostegui, Catedrático de Organización de Empresas UNED
- Victoria Fernández de Tejada Muñoz (coord.). Profesora titular de Organización de Empresas UNED
- Pablo F. Doucet Sánchez. Profesor ayudante Doctor de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-9961-480-9

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00191001

EDICIÓN: 1.^a, Junio 2025

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 248

PVP: 25,00 €

IBIC: KJMV2;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. -Capítulo 1: Los recursos humanos en la dirección estratégica de la empresa (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 2. La planificación de los RR. HH y el análisis y diseño de los puestos de trabajo. (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 3. Búsqueda y selección de talento (Pablo F. Doucet Sánchez). -Capítulo 4. Orientación y ubicación (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 5. Formación y desarrollo (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 6. Planificación de carreras (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 7. Evaluación del mérito y del desempeño (Pablo F. Doucet Sánchez). -Capítulo 8. Política de compensación y valoración de puestos (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 9. Contratos de trabajo, nóminas y seguridad social (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 10. Auditoría de la dirección de recursos humanos (Victoria Fernández De Tejada Muñoz). -Capítulo 11. Gestión sostenible de los recursos humanos (Victoria Fernández De Tejada Muñoz). -Bibliografía.

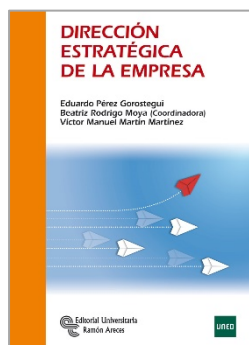
SINOPSIS: Este manual no solo aspira a ser una fuente de conocimiento, sino también una invitación al pensamiento crítico, la reflexión y a la innovación en la gestión de recursos humanos. En el contexto empresarial del siglo XXI, la dirección de Recursos Humanos se ha convertido en un pilar fundamental para el desempeño y la sostenibilidad de las organizaciones, evolucionando desde una función meramente administrativa hasta convertirse en un socio estratégico crucial para el éxito empresarial.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS **CURSO:** 4º2C **ASIGNATURA:** DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN ECONOMÍA **CURSO:** 4º2C
ASIGNATURA: DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN TURISMO **CURSO:** 4º2C
ASIGNATURA: DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA



AUTORES:

- Eduardo Pérez Gorostegui. Catedrático de Organización de Empresas UNED
- Beatriz Rodrigo Moya (coord.). Profesora titular de Organización de Empresas UNED
- Víctor Manuel Martín Martínez. Profesor asociado de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-9961-449-6

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00189001

EDICIÓN: 1.ª, Septiembre 2023

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 480

PVP: 40,00 €

IBIC: KJC;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. -**Primera Parte: Fundamentos.** -Capítulo 1. Conceptos básicos de dirección estratégica (Eduardo Pérez Gorostegui). -**Segunda Parte: Análisis del entorno.** -Capítulo 2. Análisis del entorno externo (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 3. Análisis del entorno interno (Eduardo Pérez Gorostegui). -**Tercera Parte: Formulación y selección.** -Capítulo 4. Formulación de estrategias I. Estrategias competitivas (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 5. Formulación de estrategias II. Estrategias corporativas (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 6. Valoración y selección de estrategias (Eduardo Pérez Gorostegui). -**Cuarta Parte: Implementación y control.** -Capítulo 7. Implementación de las estrategias (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 8. Evaluación y control estratégico (Eduardo Pérez Gorostegui). -**Quinta Parte: Estrategias de internacionalización.** -Capítulo 9. La estrategia de internacionalización I. Fundamentos (Eduardo Pérez Gorostegui). -Capítulo 10. La estrategia de internacionalización II. Enfoques y alternativas estratégicas (Eduardo Pérez Gorostegui). -**Sexta Parte: Complementos.** -Capítulo 11. La gestión del conocimiento (Beatriz Rodrigo Moya). -Capítulo 12. El gobierno corporativo (Víctor Manuel Martín Martínez). -**Bibliografía.**

SINOPSIS: Manual dedicado al estudio de la dirección de la empresa desde una perspectiva estratégica. Aunque esta materia apenas cuenta con unas décadas de existencia, hay ya un consenso bastante aceptado sobre los contenidos de la Dirección estratégica: establecimiento de la visión y misión de la organización, fijación de objetivos, análisis de los entornos externo e interno, formulación de estrategias, su evaluación y selección, su implementación, evaluación y control. También se incluyen las estrategias de internacionalización, la gestión del conocimiento y el gobierno corporativo.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- | | |
|---------------------|---|
| • UNIVERSIDAD: UNED | FACULTAD: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESA |
| CURSO: 4ºIC OB | ASIGNATURA: ESTRATÉGICAS Y POLÍTICAS DE EMPRESA |
| • UNIVERSIDAD: UNED | FACULTAD: MICROGRADO EN ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS |
| CURSO: 1S | ASIGNATURA: ESTRATÉGICAS Y POLÍTICAS DE EMPRESA |
| • UNIVERSIDAD: UNED | FACULTAD: MICROGRADO EN MARKETING Y ESTRATEGIAS |
| COMERCIALES | CURSO: 1S ASIGNATURA: ESTRATÉGICAS Y POLÍTICAS DE EMPRESA |

DISEÑO Y CAMBIO ORGANIZATIVO.

FUNDAMENTOS Y NUEVOS ENFOQUES



AUTORES:

- Marta Solórzano García. Profesora titular de Organización de Empresa UNED
- Julio Navío Marco. Profesor titular de Organización de Empresa UNED

ISBN: 978-84-9961-420-5

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00156002

EDICIÓN: 2.ª, Agosto 2022

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 224

PVP: 22,00 €

IBIC: KJV;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. - Tema 1. Introducción, definiciones y conceptos (*Marta Solórzano García*). - Tema 2. Un marco conceptual para el estudio de la organización (*Marta Solórzano García*). - Tema 3. El entorno y la organización (*Marta Solórzano García*). - Tema 4. Estructura y diseño organizativo (*Julio Navío Marcos*). - Tema 5. Toma de decisiones, política, poder y conflicto organizativo (*Marta Solórzano García y Julio Navío Marcos*). - Tema 6.- La organización humana (*Marta Solórzano García*). - Tema 7.- Cultura y liderazgo (*Julio Navío Marcos*). - Tema 8. Redes interorganizacionales y colaboración (*Julio Navío Marcos*). - Tema 9.- El cambio organizativo y la innovación (*Julio Navío Marcos*).

SINOPSIS: El propósito de este libro es servir de marco para que los estudiantes adquieran los conocimientos, las ideas y las habilidades necesarias para comprender, gestionar y dirigir una organización. Para ello analizaremos los principales temas, perspectivas y teorías bajo el paraguas de la "teoría organizativa" a lo largo del tiempo, incluyendo el entorno organizativo, objetivos y eficiencia, toma de decisiones estratégicas, estructura y diseño, comunicación, liderazgo, cultura y otras cuestiones organizativas fundamentales. Le hemos dedicado una atención especial al desarrollo teórico de la materia, con el objeto de que los alumnos adquieran la base fundamental que les permita aplicar con rigor las teorías y conceptos aquí aprendidos a sus áreas de especialidad o intereses particulares.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESA **CURSO:** 2º1C **ASIGNATURA:** ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MICROGRADO EN MARKETING Y ESTRATEGIAS COMERCIALES **CURSO:** 1S **ASIGNATURA:** ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MICROGRADO EN ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS **CURSO:** 1S **ASIGNATURA:** ECONOMÍA DE LA EMPRESA

ESTRATEGIAS Y MODELOS DE NEGOCIO

CASOS PRÁCTICOS Y UNA GUÍA PARA EMPRENDEDORES



AUTORES: Enrique Piñero Estrada (coord.). Profesor asociado de Organización de Empresa UAH y Director del Centro de Excelencia y Desarrollo INGENTIS

ISBN: 978-84-9961-200-3

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00164001

EDICIÓN: 1.ª, Julio 2015

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 198

PVP: 18,00 €

IBIC: KJH;KJC;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo (Enrique Piñero Estrada). -Introducción. Colon, el emprendimiento y el éxito (Enrique Piñero Estrada). -**Primera Parte. La visión de los expertos.** -Capítulo 1. La estrategia y la ventaja competitiva (Carlos Pérez). -Capítulo 2. Aspectos legales y jurídicos en emprenduría (Joaquín Muñoz). -Capítulo 3. El plan de negocio. Los números imprescindibles (Javier Claver Martín). -Capítulo 4. Las métricas y el negocio (Juan Salcedo). -Capítulo 5. El marketing, los clientes y las ventas (Manuel Balsera). -Capítulo 6. El emprendedor y la franquicia (Mario Sánchez Gómez). -Capítulo 7. El inversor. Un socio financiero (Gonzalo Tradacete y José Martín Cabiedes). -**Segunda Parte. Aprendiendo de las experiencias de otros. Casos prácticos.** -Caso práctico 1. AEROSHEET Toledo (Sonia Ibáñez Blanco, Nuria Ibáñez Blanco, Carmen Ibáñez Blanco y M^a Eugenia Ibáñez Blanco). -Caso práctico 2. APRENDUM (Juan Salcedo). -Caso práctico 3. CHICFY (Nono Ruiz). -Caso práctico 4. DIVIPED (Gema López Muñoz). -Caso práctico 5. ECOCOMPARTIMOS (Helena Lorente Merino). -Caso práctico 6. FRAGATA LIBROS NÁUTICOS (Ignacio Barbudo). -Caso práctico 7. GATOBLACK (Eva Bravo). -Caso práctico 8. GREEN MOMIT (Miguel Sánchez). -Caso práctico 9. IDEALISTA (César Oteiza). -Caso práctico 10. INFOSAL (Cristina Muñoz Jiménez). -Caso práctico 11. PROCEUS (Isabel Parreño y Juan Junquera). -Caso práctico 12. TECH ID SOLUTIONS (Juan Pereda).

SINOPSIS: Una guía para todas las personas interesadas en el mundo empresarial y el emprendimiento. El objetivo esencial de este libro es ayudar al emprendedor a alcanzar el éxito en su negocio. Intenta satisfacer una necesidad más latente que nunca en nuestros días, entre los emprendedores, hacer sostenible y competitiva la empresa fundada. Incluye 12 casos prácticos que se convierten en una suerte de brújula para orientar a los emprendedores.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD:** ESIC **FACULTAD:** GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS **CURSO:** 4º2C **ASIGNATURA:** MARKETING ESTRATÉGICO, FINANCIACIÓN Y MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE EMPRESAS



AUTORES:

- Santiago Garrido Buj, catedrático de Organización de Empresas UNED
- María Romero Cuadrado. Profesora titular de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-9961-394-9

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00179002

EDICIÓN: 2.ª, Mayo 2021

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 612

PVP: 53,00 €

IBIC: KJBX;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN TURISMO

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Tema 1. La empresa. -Tema 2. Empresa y entorno. -Tema 3. El empresario. -Tema 4. Formas de medición económica en la empresa. -Tema 5. El riesgo en las organizaciones productivas. -Tema 6. La inversión en la empresa. -Tema 7. Financiación (I). -Tema 8. Financiación (II). -Tema 9. Localización y dimensión en la empresa. -Tema 10. La valoración de la empresa. -Tema 11. La producción. -Tema 12. Los costes en la empresa. -Tema 13. Adquisición y renovación de equipos. -Tema 14. Gestión de stocks. -Tema 15. El factor humano. Aprovisionamiento y remuneración. -Tema 16. El proceso de la dirección en la empresa. -Tema 17. La planificación. -Tema 18. Organización. -Tema 19. Dirección-Liderazgo. -Tema 20. El control. -Tema 21. La toma de decisiones I. -Tema 22. La toma de decisiones II. -Tema 23. Marketing.

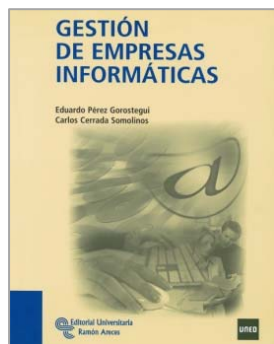
SINOPSIS: Libro de texto introductorio para la asignatura de economía de la empresa de cualquier grado.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN TURISMO CURSO: 1º1C
ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

GESTIÓN DE EMPRESAS INFORMÁTICAS



AUTORES:

- Eduardo Pérez Gorostegui. Catedrático de Organización de Empresas UNED
- Carlos Cerrada Somolinos. Catedrático de Ingeniería De Sistemas y Automática UNED

ISBN: 978-84-8004-969-6

EDICIÓN: 1.ª, Julio 2011

PÁGINAS: 564

PVP: 62,00 €

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00141001

ENCUADERNACIÓN: Rústica 19x24,5

IBIC: KNTX;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: INGENIERÍA Y CIENCIAS

ESTUDIOS: GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. -**Parte I. La empresa y la función directiva.** -1. Empresa y Empresario. -2. El proceso de dirección de la empresa. -3. La dirección de los recursos humanos. -4. Análisis de problemas y toma de decisiones. -5. Técnicas instrumentales de planificación, programación y control. -**Parte II. Finanzas.** -6. Elementos financieros. -7. Las inversiones y su selección. La rentabilidad de las inversiones. -8. Las fuentes de financiación y su selección. El coste del capital. -**Parte III. Producción.** -9. Elementos productivos. El proceso de producción y el factor humano. -10. La capacidad de producción. -11. La logística. -**Parte IV. Marketing.** -12. Elementos de marketing. El mercado, la demanda y el presupuesto mercadotécnico. -13. Investigación de mercados, segmentación y experimentación comercial. -14. Las variables del marketing. -**Pruebas objetivas de autoevaluación.** -**Apéndice de tablas estadísticas.** -**Bibliografía seleccionada.**

SINOPSIS: Libro introductorio a los problemas económicos que se plantean en la empresa y que deben ser conocidos por los diversos profesionales de la informática y las TICs.

Adaptado a la metodología a distancia, contiene actividades resueltas, esquemas, tablas y ladillos que destacan puntos fundamentales del texto un resumen y glosario. Se incluyen diez pruebas objetivas de autoevaluación globales.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA
CURSO: 2ºIC ASIGNATURA: GESTIÓN DE EMPRESAS INFORMÁTICAS
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN CURSO: 2ºIC ASIGNATURA: GESTIÓN DE
EMPRESAS INFORMÁTICAS
- UNIVERSIDAD: UNED FACULTAD: MÁSTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA
INFORMÁTICA CURSO: 2ºIC ASIGNATURA: GESTIÓN DE EMPRESAS
INFORMÁTICAS

GRUPOS ESTRATÉGICOS Y SU INFLUENCIA SOBRE EL DESEMPEÑO EN EL SECTOR HOTELERO



AUTORES:

- Enrique Claver Cortés. Catedrático de Organización de Empresas UA
- José Francisco Molina Azorín. Profesor titular de Organización de Empresa UA
- Jorge Pereira Moliner. Profesor asociado de Organización de Empresa UA

ISBN: 978-84-8004-756-2

NUESTRA REFERENCIA: FETU00036001

EDICIÓN: 1.ª, Mayo 2006

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 128

PVP: 8,00 €

IBIC: KNS

COLECCIÓN: TRIBUNA FITUR JORGE VILA FRADERA - FITUR 2006

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

MATERIA: TURISMO

SUBMATERIA: INDUSTRIA DE LA HOSTELERÍA

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Presentación. -Capítulo I. Teoría de grupos estratégicos e hipótesis. -Capítulo II. El sector hotelero: especial atención a sus factores clave de éxito. -Capítulo III. Método de investigación. -Capítulo IV. Resultado del estudio. -Capítulo V. Conclusiones del estudio. -Anexos. -Bibliografía.

SINOPSIS: El Comité Técnico-Científico de la séptima convocatoria de la Tribuna FITUR- Jorge Vila Fradera, reunido el día 26 de enero en FITUR 2006, seleccionó como mejor trabajo inédito de investigación en el sector turístico en España e Iberoamérica la obra de la presente edición. Esta obra realiza un análisis pormenorizado de las distintas formas de competir en el sector hotelero de España a través de los grupos estratégicos o conjunto de empresas del sector hostelero que implantan una estrategia similar para generar una ventaja competitiva sostenible.

MANUAL DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TEORÍA Y EJERCICIOS RESUELTOS



AUTORES:

- Mario Aguer Hortal. Director del Master en Dirección y Gestión de Empresas Turísticas UPC
- Eduardo Pérez Gorostegui. Catedrático de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-8004-988-7

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00140001

EDICIÓN: 1.ª, Mayo 2010

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 600

PVP: 60,00 €

IBIC: KJ;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: INGENIERÍA Y CIENCIAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. -Capítulo 1. La empresa, teorías sobre ella y el empresario. -Capítulo 2. La dirección de los recursos humanos. -Capítulo 3. La dirección, el liderazgo y el control en la empresa. -Capítulo 4. La organización de la empresa. -Capítulo 5. Estrategias empresariales y análisis DAFO. -Capítulo 6. El factor humano: sistemas de retribución. -Capítulo 7. La decisión empresarial. -Capítulo 8. Oferta y demanda. -Capítulo 9. La empresa individual y sociedades. -Capítulo 10. La empresa virtual. -Capítulo 11. La dimensión de la empresa. -Capítulo 12. Costes empresariales. -Capítulo 13. Localización de la empresa. -Capítulo 14. Introducción a las decisiones financieras. -Capítulo 15. Análisis y evaluación de las inversiones. -Capítulo 16. Las fuentes de financiación de la empresa. -Capítulo 17. El efecto del endeudamiento sobre la rentabilidad y el riesgo de la empresa. -Capítulo 18. La función productiva de la empresa y los bienes de equipo. -Capítulo 19. Gestión de stocks. -Capítulo 20. Valoración de la empresa. -Capítulo 21. El método PERT. -Capítulo 22. Marketing. -Capítulo 23. Programación lineal. -Bibliografía.

SINOPSIS: Los autores hacen una exposición clara y precisa de los conceptos básicos de la Administración de empresas, mostrando el planteamiento, análisis y solución de problemas, con el objeto de facilitar al máximo la comprensión del razonamiento. Con la misma intención han procurado que las fórmulas y desarrollos no intervengan más que en la medida exigida por la necesidad de la generalización.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- **UNIVERSIDAD:** UB **FACULTAD:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS **CURSO:** 1º1C **ASIGNATURA:** ECONOMÍA DE L'EMPRESA
- **UNIVERSIDAD:** UB **FACULTAD:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS **CURSO:** 1º2C **ASIGNATURA:** ADMINISTRACIÓN DE L'EMPRESA

PRÁCTICAS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS



AUTORES: Eduardo Pérez Gorostegui, catedrático de Organización de Empresas UNED

ISBN: 978-84-9961-398-7

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00185001

EDICIÓN: 1.ª, Septiembre 2021

ENCUADERNACIÓN: Rústica 19x24,5

PÁGINAS: 644

PVP: 63,00 €

IBIC: KJ;4Z-ES-AF

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Presentación. -**Parte I: La toma de decisiones.** -1. La toma de decisiones. -**Parte II. Dirección financiera.** -2. Beneficio, rentabilidad y equilibrio financiero. -3. Rentabilidad y coste financiero. -4. Riesgo y valoración de empresas. -**Parte III. Dirección de la producción.** -5. Objetivos, alternativas y decisiones de producción. -6. Capacidad de producción y logística. -**Parte IV. Dirección de marketing.** -7. Estudio del mercado y de la demanda. -8. Variables mercadotécnicas. -**Pruebas objetivas de autoevaluación.** -1. Pruebas de las partes I y II. -2. Pruebas de las partes III y IV. -3. Pruebas globales. -**Apéndice de tablas estadísticas.**

SINOPSIS: Este libro contiene problemas, ejercicios y casos con los que se completa con material práctico el estudio de la dirección de empresas. No se trata de una mera colección de problemas que no se pueden comprender sin haber estudiado antes otro libro, sino de un manual de prácticas en el que, cuando se requiere la utilización de un concepto que no ha aparecido previamente, éste se explica en la resolución del mismo problema en el que surge.

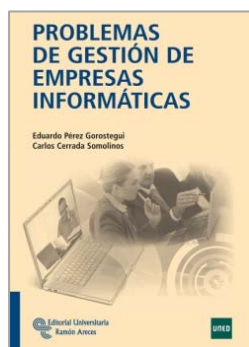
INFORMACIÓN ADICIONAL: Sustituye a PRÁCTICAS CURSO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA. INTRODUCCIÓN

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS **CURSO:** 1ºIC **ASIGNATURA:** INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN ECONOMÍA **CURSO:** 1ºIC
ASIGNATURA: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES **CURSO:** 4ºIC **ASIGNATURA:** ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN INGENIERÍA EN ELECTRÓNICA INDUSTRIAL Y AUTOMÁTICA **CURSO:** 4ºIC **ASIGNATURA:** ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** GRADO EN INGENIERÍA ELÉCTRICA **CURSO:** 4ºIC
ASIGNATURA: ANÁLISIS DEL ENTORNO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MICROGRADO EN ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
CURSO: 1C OB **ASIGNATURA:** INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA
- **UNIVERSIDAD:** UNED **FACULTAD:** MICROGRADO EN MARKETING Y ESTRATEGIAS COMERCIALES **CURSO:** 1C OPTATIVA **ASIGNATURA:** INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

PROBLEMAS DE GESTIÓN DE EMPRESAS INFORMÁTICAS



AUTORES:

- Eduardo Pérez Gorostegui. Catedrático de Organización de Empresas UNED
- Carlos Cerrada Somolinos. Catedrático de Ingeniería De Sistemas y Automática UNED

ISBN: 978-84-8004-970-2

EDICIÓN: 1.ª, Julio 2011

PÁGINAS: 588

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00142001

ENCUADERNACIÓN: Rústica 19x24,5

IBIC: KNTX;4Z-ES-AF

PVP: 58,00 €

COLECCIÓN: LIBRO TÉCNICO

SUBCOLECCIÓN: INGENIERÍA Y CIENCIAS

MATERIA: EMPRESA Y GESTIÓN

SUBMATERIA: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Prólogo. **-Parte I: La toma de decisiones y las técnicas instrumentales de planificación, programación y control.** -1. Análisis de problemas y toma de decisiones. -2. Técnicas instrumentales de planificación, programación y control. **-Parte II: La función financiera.** -3. Elementos financieros. -4. Las inversiones y su selección. La rentabilidad de las inversiones. -5. Las fuentes de financiación y su selección. El coste del capital. **-Parte III: La función de producción.** -6. Elementos productivos. El proceso de producción y el factor humano. -7. La capacidad de producción. -8. La logística. **-Parte IV: La función comercial.** -9. Elementos de marketing. El mercado, la demanda y el presupuesto mercadotécnico. -10. Investigación de mercados, segmentación y experimentación comercial. -11. Las variables del marketing. **-Pruebas objetivas de autoevaluación.** -1. Pruebas de las dos primeras partes. -2. Pruebas de las dos últimas partes. **-Apéndices de tablas estadísticas.**

SINOPSIS: Este libro contiene más de cuatrocientos cincuenta problemas, ejercicios y casos que comprenden la parte práctica de la asignatura de acuerdo a los postulados de la EEES.

Es por tanto, un manual de prácticas en el que cuando se requiere la utilización de un concepto que no ha aparecido previamente, éste se explica en la resolución del mismo problema en el que surge.

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

UNA APROXIMACIÓN AL USO DE LAS REDES SOCIALES



AUTORES:

- Carlos Antonio Albacete Sáez. Profesor titular de Organización de Empresas UGR
- María Herrera Fernández. Becaria de Investigación de Organización de Empresas UGR

ISBN: 978-84-9961-085-6

NUESTRA REFERENCIA: FETU00055001

EDICIÓN: 1.ª, Mayo 2012

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 92

PVP: 8,00 €

IBIC: UB-KNSG

COLECCIÓN: TRIBUNA FITUR JORGE VILA FRADERA - FITUR 2012

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

MATERIA: TURISMO

SUBMATERIA: INFORMÁTICA. APLICACIONES EMPRESARIALES

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: 1. Introducción. -2. Las tecnologías de la información y comunicación y la industria turística. -3. Las redes sociales y la industria turística. -4. Metodología. -5. Resultados. -6. Conclusiones. -7. Anexos. -8. Referencias bibliográficas. -Índice de tablas.

SINOPSIS: Este trabajo tiene como objetivo analizar el impacto que nuevas herramientas surgidas en el campo de las TICs, como son las redes sociales, presentan sobre la industria turística y más particularmente sobre los establecimientos hoteleros.

LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN LA EXPANSIÓN DE LAS CADENAS HOTELERAS



AUTORES: Desiderio J. García Almeida, Profesor asociado de Organización de Empresas ULPGC

ISBN: 978-84-8004-634-3

NUESTRA REFERENCIA: FETU00029001

EDICIÓN: 1.ª, Mayo 2004

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 176

PVP: 8,00 €

IBIC: KNS

COLECCIÓN: TRIBUNA FITUR JORGE VILA FRADERA - FITUR 2004

SUBCOLECCIÓN: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

MATERIA: TURISMO

SUBMATERIA: INDUSTRIA DE LA HOSTELERÍA

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ÍNDICE: Presentación. -Capítulo I. La transferencia de conocimiento en la expansión de las cadenas hoteleras: aspectos conceptuales. -Capítulo II. Aspectos metodológicos de la investigación. -Capítulo III. Resultados de la investigación. -Capítulo IV. Conclusiones del estudio. -Anexos. -Índice de cuadros y figuras. -Índice de tablas. -Bibliografía.

SINOPSIS: El Comité Técnico-Científico de la quinta convocatoria de la Tribuna FITUR- Jorge Vila Fradera, reunido el día 29 de enero en FITUR 2004, seleccionó como mejor trabajo inédito de investigación en el sector turístico en España e Iberoamérica la obra de la presente edición. La realización del presente trabajo pretende contribuir al desarrollo del conocimiento académico sobre los procesos de crecimiento y globalización de las empresas turísticas así como aportar perspectivas y guías para comprender y afrontar la expansión de las cadenas hoteleras españolas.