

## **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:** 25,00 €

**IBIC:** KNSG-KJMV1

**COLECCIÓN:** UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

**SUBCOLECCIÓN:** CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

**ESTUDIOS:** GRADO EN TURISMO

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

**ÍNDICE:** Prólogo.- La función financiera en la empresa.- El contenido financiero del balance.- El contenido financiero de la cuenta de explotación.- El activo fijo.- El circulante de empresa.- Las fuentes de financiación.- Planificación y análisis financiero.- 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      **CURSO:** 4º1C  
**ASIGNATURA:** ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA TURÍSTICA

## **COMPORTAMIENTO ORGANIZATIVO**



**AUTORES:** Eduardo Pérez Gorostegui. Catedrático de Organización de Empresas UNED

**ISBN:** 978-84-8004-816-3

**NUESTRA REFERENCIA:** FEEC00125001

**EDICIÓN:** 1.ª, Septiembre 2007

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 17X24

**PÁGINAS:** 272

**PVP:** 42,00 €

**IBIC:** KJU

**COLECCIÓN:** MANUALES

**SUBCOLECCIÓN:** INGENIERÍA Y CIENCIAS

**ESTUDIOS:** MÁSTER EN EDUCACIÓN

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

**ÍNDICE:** Presentación.- El comportamiento organizativo.- La dirección de la organización.- La estructura de la organización.- La dirección de los recursos humanos (DRRHH).- El liderazgo.- La motivación.- Eficiencia y motivación en el puesto de trabajo.- Los equipos de trabajo.- Poder, política y conflicto.- Cultura, cambio, aprendizaje y desarrollo organizativo.- Bibliografía.

**SINOPSIS:** El comportamiento de las organizaciones es un tema fundamental en el mundo de la empresa. La empresa es una organización y todo cuanto en ella sucede se explica por su comportamiento como tal.

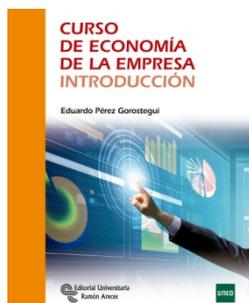
Cada capítulo de este libro se centra en diferentes temas relacionados con la motivación, el liderazgo, la estructura, los grupos, las relaciones de poder, la cultura o el cambio organizativo, todos ellos atrayentes para las personas interesadas por el mundo de las organizaciones y de la empresa en particular.

### CLIENTE POTENCIAL

#### TEXTO RECOMENDADO EN:

- UNIVERSIDAD:** UNED      **FACULTAD:** MÁSTER EDUCACIÓN      **CURSO:** MÁSTER UNIVERSITARIO FORMACIÓN PROFESORADO. EDUCACIÓN. SECUNDARIA. OBLIGATORIA. Y BACHILLERATO. FORMACIÓN. PROFESORADO. Y ENSEÑANZAS DE IDIOMA 1C OB.  
**ASIGNATURA:** ECONOMÍA DE LA EMPRESA (ESPECIALIDAD FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL)

## ***CURSO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA. INTRODUCCIÓN***



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

**ISBN:** 978-84-9961-265-2

**NUESTRA REFERENCIA:** FEEC00172001

**EDICIÓN:** 1.ª, Septiembre 2017

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 19x24,5

**PÁGINAS:** 688

**PVP:** 58,00 €

**IBIC:** KJ

**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: La dirección de empresas.- La empresa, su entorno y su dirección.- La estructura organizativa y la dirección de los Recursos Humanos.- Criterios e instrumentos de decisión.- PARTE II. Dirección financiera.- Las decisiones financieras.- La selección de las inversiones y de sus fuentes de financiación.- PARTE III. Dirección de la producción.- Las decisiones de producción.- La capacidad de producción y la logística.- PARTE IV. Dirección de marketing.- Las decisiones de marketing.- La mezcla comercial.- PARTE V. Complementos.-El riesgo y la valoración de empresas.- Pruebas objetivas de autoevaluación.- Apéndice de tablas estadísticas.- Cronograma orientativo.- Bibliografía

**SINOPSIS:** Este libro ofrece una visión sintética y sistemática con el objetivo de hacer llegar al alumno a una comprensión adecuada del fenómeno empresarial. Para los estudiantes de ADE, constituye una introducción a las materias que formarán el eje central de los estudios. Para los estudiantes de Economía, en muchos centros universitarios, será la única materia cuyo objeto de estudio es el funcionamiento práctico de la unidad de producción. También es un libro introductorio para diversos estudios de ingeniería y para los estudios de Turismo, en donde al menos se incluye una asignatura básica de formación empresarial. Sirve por tanto este texto para una formación básica e introductoria a todos los alumnos que una vez egresados desarrollarán su trabajo en empresas de diverso tipo.

**INFORMACIÓN ADICIONAL:** Sustituye a FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA

### **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

## ***DISEÑO Y CAMBIO ORGANIZATIVO.***

### ***FUNDAMENTOS Y NUEVOS ENFOQUES***



#### **AUTORES:**

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

**ISBN:** 978-84-9961-224-9

**NUESTRA REFERENCIA:** FEEC00156001

**EDICIÓN:** 1.<sup>a</sup>, Septiembre 2016

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 17x24

**PÁGINAS:** 204

**PVP:** 19,00 €

**IBIC:** KJU

**COLECCIÓN:** MANUALES

**SUBCOLECCIÓN:** CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

**ESTUDIOS:** GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

**ÍNDICE:** Introducción, definiciones y conceptos.- Un marco conceptual para el estudio de la organización.- El entorno y la organización.- Estructura y diseño organizativo.- Toma de decisiones, política, poder y conflicto.- La organización humana.- Cultura y liderazgo.- Redes interorganizacionales y colaboración.- El cambio organizativo y la innovación.

**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:** 2ºIC    **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:** FEEO0164001

**EDICIÓN:** 1.ª, Julio 2015

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 17x24

**PÁGINAS:** 198

**PVP:** 15,00 €

**IBIC:** KJH KJC

**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.- La estrategia y la ventaja competitiva (Carlos Pérez).- Aspectos legales y jurídicos en emprenduría (Joaquín Muñoz).- El plan de negocio. Los números imprescindibles (Javier Claver Martín).- Las métricas y el negocio (Juan Salcedo).- El marketing, los clientes y las ventas (Manuel Balsera).- El emprendedor y la franquicia (Mario Sánchez Gómez).- El inversor. Un socio financiero (Gonzalo Tradacete y José Martín Cabiedes).- SEGUNDA PARTE. Aprendiendo de las experiencias de otros. Casos prácticos.-AEROSHEET Toledo (Sonia Ibáñez Blanco, Nuria Ibáñez Blanco, Carmen Ibáñez Blanco y M<sup>a</sup> Eugenia Ibáñez Blanco).- APRENDUM (Juan Salcedo).- CHICFY (Nono Ruiz).- DIVIPED (Gema López Muñoz).- ECOCOMPARTIMOS (Helena Lorente Merino).- FRAGATA LIBROS NÁUTICOS (Ignacio Barbudo).- GATOBBLACK (Eva Bravo).- GREEN MOMIT (Miguel Sánchez).- IDEALISTA (César Oteiza).- INFOSAL (Cristina Muñoz Jiménez).- PROCEUS (Isabel Parreño y Juan Junquera).- TECH ID SOLUTIONS (Juan Pereda).

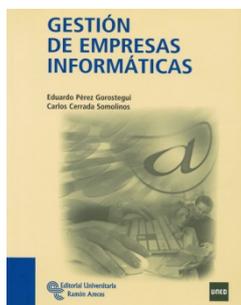
**SINOPSIS:** Una guía para todas las personas interesadas en el mundo empresarial y el emprendimiento. El objetivo esencial de este libro es ayudar al emprendedor a alcanzar el éxito en su negocio. Intenta satisfacer una necesidad más latente que nunca en nuestros días, entre los emprendedores, hacer 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:** URJC    **FACULTAD:** GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS  
**CURSO:** 1º2C y 3º1C    **ASIGNATURA:** Introducción. a la Empresa II y Métodos de Decisión Empresarial (respectivamente)
- **UNIVERSIDAD:** URJC    **FACULTAD:** GRADO MARKETING / GRADO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
**CURSO:** 2º anual / 2º1C    **ASIGNATURA:** Métodos de Decisión Aplicados al Marketing, Comunicación en entornos digitales / Organización y Administración de Empresas
- **UNIVERSIDAD:** ESIC    **FACULTAD:** GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS    **CURSO:** 4º2C  
**ASIGNATURA:** Marketing Estratégico, Financiación y Modelos de Negocios Digitales
- **UNIVERSIDAD:** UAH    **FACULTAD:** GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS    **CURSO:** 4º2C  
**ASIGNATURA:** Liderazgo y Dirección de Equipos. Política de Comunicación interna en la Empresa. Presentaciones eficaces y negociación.

## **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

**NUESTRA REFERENCIA:** FEEC00141001

**EDICIÓN:** 1.ª, Julio 2011

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 19x24,5

**PÁGINAS:** 564

**PVP:** 58,00 €

**IBIC:** KNTX

**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.- Empresa y Empresario.- El proceso de dirección de la empresa.- La dirección de los recursos humanos.- Análisis de problemas y toma de decisiones.- Técnicas instrumentales de planificación, programación y control.- PARTE II. Finanzas.- Elementos financieros.- Las inversiones y su selección. La rentabilidad de las inversiones.- Las fuentes de financiación y su selección. El coste del capital.- PARTE III. Producción.- Elementos productivos. El proceso de producción y el factor humano.- La capacidad de producción.- La logística.- PARTE IV. Marketing.- Elementos de marketing. El mercado, la demanda y el presupuesto mercadotécnico.- Investigación de mercados, segmentación y experimentación comercial.- 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

## **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:** 7,00 €

**IBIC:** KNSH

**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.- Teoría de grupos estratégicos e hipótesis.- El sector hotelero: especial atención a sus factores clave de éxito.- Método de investigación.- Resultado del estudio.- Conclusiones del estudio.- anexos.

**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: FEEO0140001

EDICIÓN: 1.ª, Mayo 2010

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 600

PVP: 56,00 €

IBIC: KJ

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: INGENIERÍA Y CIENCIAS

ESTUDIOS: GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ÁREA DE CONOCIMIENTO: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

**ÍNDICE:** Prólogo.- La empresa, teorías sobre ella y el empresario.- La dirección de los recursos humanos.- La dirección, el liderazgo y el control en la empresa.- La organización de la empresa.- Estrategias empresariales y análisis DAFO.- El factor humano: sistemas de retribución.- La decisión empresarial.- Oferta y demanda.- La empresa individual y sociedades.- La empresa virtual.- La dimensión de la empresa.- Costes empresariales.- Localización de la empresa.- Introducción a las decisiones financieras.- Análisis y evaluación de las inversiones.- Las fuentes de financiación de la empresa.- El efecto del endeudamiento sobre la rentabilidad y el riesgo de la empresa.- La función productiva de la empresa y los bienes de equipo.- Gestión de stocks.- Valoración de la empresa.- El método PERT.- Marketing.- 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: 1ºIC ASIGNATURA: ECONOMIA DE L'EMPRESA
- UNIVERSIDAD: UB FACULTAD: : GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS  
CURSO: 2ºIC ASIGNATURA: ADMINISTRACIÓ DE L'EMPRESA

## **EL MERCADO TURÍSTICO**

### **ESTRUCTURA, OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN**



#### **AUTORES:**

- Carlos Vogeler Ruiz. Profesor titular URJC.
- Enrique Hernández Armand. Profesor de la Escuela de Turismo de Murcia.

**ISBN:** 978-84-8004-435-6

**NUESTRA REFERENCIA:** FETU00018001

**EDICIÓN:** 1.ª, Octubre 2000

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 17x24

**PÁGINAS:** 752

**PVP:** 30,00 €

**IBIC:** KNSG

**COLECCIÓN:** LIBRO TÉCNICO

**SUBCOLECCIÓN:** CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

**MATERIA:** TURISMO

**SUBMATERIA:** SISTEMAS Y ESTRUCTURAS ECONÓMICAS

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

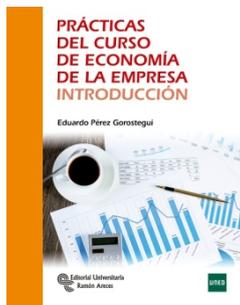
**ÍNDICE:** Introducción al turismo.- Orígenes y evolución histórica del turismo mundial.- Los agentes turísticos.- El turismo mundial.- El turismo y la economía.- La administración y política turísticas.- Recursos turísticos, infraestructuras y planificación.- La demanda y oferta turísticas.- El producto turístico.- Procesos de programación y contratación.- La comercialización y distribución.- El sector de la producción y mediación: tour operadores y agencias de viajes.- Transporte aéreo, ferroviario, por carretera, marítimo y fluvial.- Alojamientos y restauración.- Timesharing o tiempo compartido.- Anexos.

**SINOPSIS:** Una valiosa herramienta práctica, tanto para la consulta de los profesionales como para la formación de las futuras generaciones.

El autor ha realizado una renovación de los temas, incluyendo mayor cantidad de información, reajustando desfases e incorporando sugerencias realizadas por numerosos profesionales del sector, con sus experiencias prácticas.

Del mismo modo, la activa participación de los alumnos, ha dado como resultado un texto didáctico, a la vez que fácilmente comprensible.

## **PRÁCTICAS DEL CURSO DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA. INTRODUCCIÓN**



**AUTORES:** Eduardo Pérez Gorostegui. Catedrático de Organización de Empresas UNED

**ISBN:** 978-84-9961-266-9

**NUESTRA REFERENCIA:** FEEO0173001

**EDICIÓN:** 1.ª, Julio 2017

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 19x24,5

**PÁGINAS:** 616

**PVP:** 59,00 €

**IBIC:** KJ

**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.- Criterios e instrumentos de decisión.- PARTE II. Dirección financiera.- Las decisiones financieras.- La selección de inversiones y de sus fuentes de financiación.- PARTE III. Dirección de la producción.- Las decisiones de producción.- La capacidad de producción y la logística.- PARTE IV. Dirección de marketing.- Las decisiones de marketing.- La mezcla comercial.- PARTE V. Complementos.- Valoración y riesgo.- Pruebas objetivas de autoevaluación.- Pruebas de las dos primeras partes.- Prueba de las tres últimas partes.- Pruebas globales.- Apéndice de tablas estadísticas..

**SINOPSIS:** Este libro contiene problemas, ejercicios y casos con los que se completa con material práctico la asignatura de Introducción a la Economía de la Empresa para conseguir una adecuada comprensión y aprendizaje y adecuar las exigencias de los nuevos planes de estudio de las diferentes universidades han incorporado de una parte práctica, dentro de esta asignatura, para cumplir con los postulados de la reforma exigida por el Espacio Europeo de Educación Superior - EEES. Para facilitar la autoevaluación, al final del libro se han recogido diez pruebas objetivas, cada una de las cuales consta de veinte cuestiones.

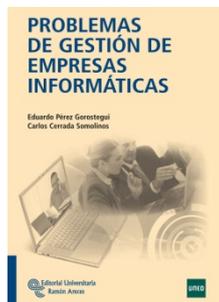
**INFORMACIÓN ADICIONAL:** Sustituye a PRÁCTICAS DE FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA

### 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

## **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

**NUESTRA REFERENCIA:** FEEC00142001

**EDICIÓN:** 1.ª, Julio 2011

**ENCUADERNACIÓN:** Rústica 19x24,5

**PÁGINAS:** 588,00

**PVP:** 58,00 €

**IBIC:** KNTX

**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.- Análisis de problemas y toma de decisiones.- Técnicas instrumentales de planificación, programación y control.- PARTE II: La función financiera.- Elementos financieros.- Las inversiones y su selección. La rentabilidad de las inversiones.- Las fuentes de financiación y su selección. El coste del capital.- PARTE III: La función de producción.- Elementos productivos. El proceso de producción y el factor humano.- La capacidad de producción.- La logística.- PARTE IV: La función comercial.- Elementos de marketing. El mercado, la demanda y el presupuesto mercadotécnico.- Investigación de mercados, segmentación y experimentación comercial.- Las variables del marketing.- Pruebas objetivas de autoevaluación.- Pruebas de las dos primeras partes.- 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:** 7,00 €

**IBIC:** KNSH

**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:** Introducción.- Las tecnologías de la información y comunicación y la industria turística.- Las redes sociales y la industria turística.- Metodología.- Resultados.- Conclusiones.- Anexos.- 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:** 7,00 €

**IBIC:** KNSH

**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.- La transferencia de conocimiento en la expansión de las cadenas hoteleras: aspectos conceptuales.- Aspectos metodológicos de la investigación.- Resultados de la investigación.- Conclusiones del estudio.- 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.