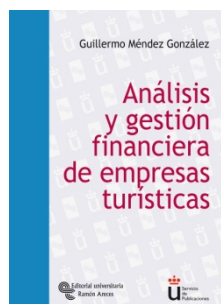


ANÁLISIS Y GESTIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS



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

ISBN: 978-84-8004-930-6

NUESTRA REFERENCIA: FETUJCO02001

EDICIÓN: 1.ª, Septiembre 2009

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17X24

PÁGINAS: 296

PVP: 26,00 €

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.

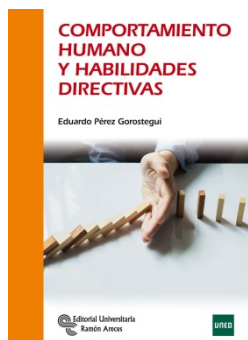
Cuando hablamos de empresas del Sector Turístico, incardinado en el de Servicios, nos estamos refiriendo a un amplio abanico de actividades y a un importante número de empresas con dimensiones que alcanzan desde la PYME, que explota un pequeño negocio, hasta grandes grupos turísticos que están presentes 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 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: 40,00 €

IBIC: KJU

COLECCIÓN: MANUALES

SUBCOLECCIÓN: INGENIERÍA Y CIENCIAS

ESTUDIOS: GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES

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.

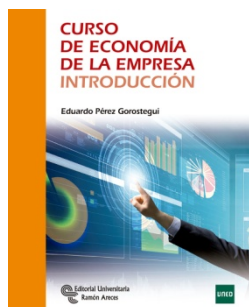
Con una cuidada metodología, al comienzo de cada capítulo se ha incluido un mapa conceptual y cinco cuestiones previas para despertar la curiosidad y la motivación del lector y una introducción. Al final un resumen y diez cuestiones.

CLIENTE POTENCIAL

TEXTO RECOMENDADO EN:

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

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

EDICIÓN: 1.^a, Septiembre 2016

PÁGINAS: 204

NUESTRA REFERENCIA: FEEC00156001

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PVP: 20,00 €

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: FEEC00164001

EDICIÓN: 1.ª, Julio 2015

ENCUADERNACIÓN: Rústica 17x24

PÁGINAS: 198

PVP: 16,00 €

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^a 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).

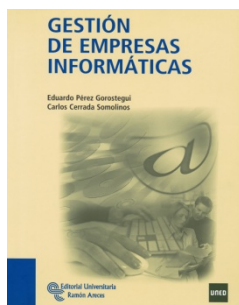
SINOPSIS: Una guía para todas las personas interesadas en el mundo empresarial y el emprendimiento. El objetivo esencial de este libro es ayudar al emprendedor a alcanzar el éxito en su negocio. Intenta satisfacer una necesidad más latente que nunca en nuestros días, entre los emprendedores, hacer sostenible 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:** 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: FEEO0141001

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.

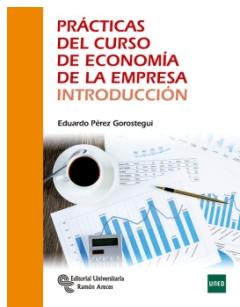
SINOPSIS: Los autores hacen una exposición clara y precisa de los conceptos básicos de la Administración de empresas, mostrando el planteamiento, análisis y solución de problemas, con el objeto de facilitar al máximo la comprensión del razonamiento. Con la misma intención han procurado que las fórmulas 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

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.

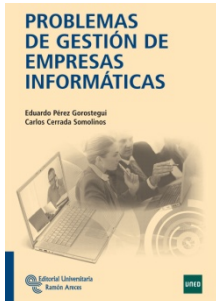
INFORMACIÓN ADICIONAL: Sustituye a PRÁCTICAS DE FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA

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.

EN PREPARACIÓN

- **CASOS PRÁCTICOS DE GESTIÓN DE EMPRESAS.**

AUTORES: Santiago Garrido Buj, catedrático de Organización de Empresas UNED, y otros.
1.ª edición.

- **FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE EMPRESAS.**

AUTORES: Santiago Garrido Buj, catedrático de Organización de Empresas UNED, y otros.
1.ª edición.