

**Mc
Graw
Hill**

**CATÁLOGO UNIVERSITARIO
HIGHER EDUCATION**



**CIENCIAS
ECONÓMICO - ADMINISTRATIVA**

ADMINISTRACIÓN.**Pensamiento, Procesos Estratégicos y Administrativos para la era de la Inteligencia Artificial**

Autor: Aguado, César, Hernández y Rodríguez, Sergio, Palafox, Gustavo.

Edición: Primera

Año: 2020

ISBN Impreso: 9781456277147

ISBN Ebook: 9781456279516

ISBN Connect: 9781456255107

Recurso digital:
Connect®

Páginas: 464

Sinopsis:

Este nuevo libro acerca de Administración es una lección práctica de estudiar el reto de administrar y dirigir personas en la era de transformación digital. “Administración significa el trabajo con y por medio de personas para lograr objetivos”, este libro se enfoca en explorar cómo...una eficaz dirección de personas puede convertirse en la dimensión clave para que las empresas en México y otros países más sean más productivas y competitivas en este entorno cada vez más digital, más desafiante. En este libro se podrá aprender a ser práctico y a la vez aplicar conocimientos innovadores que colaboren a generar una experiencia atractiva para el lector, ya sean los estudiantes en los diversos grados académicos, profesores, investigadores, empresarios y todo aquel interesado en el ambiente de las organizaciones.

Ayudará al lector en este entorno de competencia en mejorar y en aplicar prácticas que aprovechen la automatización y nuevas tecnologías. Lo anterior para complementar, y no sustituir el talento de las personas como fuente de ventaja competitiva y en políticas fijadas para el área de administración para ser más rentables y que contribuyan de manera positiva y significativa en los resultados de la organización

Contenido:

Parte I. La administración de las cavernas a la inteligencia artificial, 1. Fundamentos históricos de la administración y marco conceptual, 2. La administración en la empresa y en otros organismos productivos, 3. Corriente clásica de Fayol y su vigencia en el siglo XXI, 4. La administración científica de Taylor, escuelas matemáticas y la teoría de la complejidad, 5. Teoría General de Sistemas (TGS) y sistemas de información SIAG. Parte II. Procesos estratégicos y administrativos. 6. Administración por objetivos y su vinculación con el factor humano, 7. Procesos estratégicos y administrativos (PA), 8. Planteamiento, 9. Planeación, 10. Organización, 11. Integración e incorporación, 12. Dirección, 13. Control, 14. Las áreas funcionales y sus aplicaciones de inteligencia artificial, 15. Filosofía y ética organizacional.



ADMINISTRACIÓN

Autor: Benavides, Javier

Edición: Segunda

Año: 2014

ISBN Impreso: 9786071511843

ISBN Ebook: 9781456211196

Páginas: 864

Sinopsis:

Administración, de Javier Benavides, detalla de manera amigable los pasos del proceso administrativo y busca que el estudiante aprenda paulatinamente los conceptos y la teoría vigente. Los buenos administradores no nacen, se hacen, por ello es imposible negar que estos son moldeados por la experiencia. Es claro que amplían su capacidad administrativa y su técnica empresarial enfrentándose a los problemas de la vida real. Sin embargo, inician su formación con el estudio de la teoría expuesta en los libros de texto, que a su vez se basa en la currícula universitaria diseñada para una estructura ideal de acumulación de conocimientos.

Este libro fue creado considerando los programas de administración a nivel superior, de tal forma que pueda emplearse como texto y como referencia bibliográfica en los posgrados relacionados con esta área del conocimiento. Temas como Planeación estratégica, Liderazgo, Comunicación, Motivación, y Herramientas y técnicas de control permiten tener un panorama general de la materia. La utilización de cuadros, gráficas y tablas permite entender de manera más clara los conceptos aquí presentados.

Contenido:

1. Planeación 2. Organización 3. Integración 4. Dirección 5. Control

ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA



Autor: Jones, Gareth y Jennifer M. George

Edición: Decima

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456269579

ISBN Ebook: 9781456270117

ISBN Connect: 9781456266868

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 656

Sinopsis:

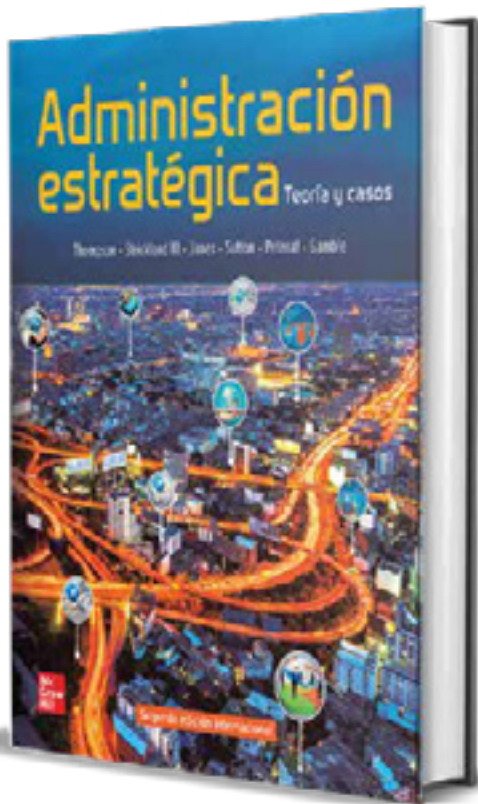
Esta obra mantiene su misión de brindar a los estudiantes los cambios más novedosos y actualizados que ocurren en la administración de empresas.

La complejidad en los intercambios entre compañías globales ha modificado las organizaciones y los gerentes están más presionados para encontrar e implementar nuevas prácticas de administración que aumenten la eficiencia y eficacia de sus empresas, así como su capacidad de sobrevivir y prosperar en un entorno global cada vez más competitivo. Los cambios de esta obra apuntan en esa dirección.

A los estudiantes les gusta el contenido del libro y la forma en que relaciona la teoría de la administración con ejemplos de la vida real para transmitir el mensaje de que la administración es importante tanto porque determina cuán bueno es el desempeño de las organizaciones, como porque los gerentes y las organizaciones afectan las vidas de las personas dentro y fuera de la organización, tales como empleados, clientes y grupos de interés.

Contenido:

1. Administradores y administración 2. Evolución del pensamiento administrativo 3. Valores, actitudes, emociones y cultura 4. Ética y responsabilidad social 5. Administrar a empleados diversos y un entorno multicultural 6. Administrar en un entorno global 7. Toma de decisiones, aprendizaje, creatividad y espíritu emprendedor 8. El administrador como planificador y estratega 9. Administración de la cadena de valor 10. Administrar la cultura organizacional y la cultura 11. Control organizacional y cambio 12. Administración de RRHH 13. Motivación y desempeño 14. Liderazgo 15. Equipos y grupos efectivos 16. Promover la comunicación efectiva 17. Administración de conflictos, políticas y negociación 18. Uso de las TI para aumentar el desempeño.



ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA. Teoría y Casos

Autor: Thompson Arthur , Stickland III, Janes et al.

Edición: Segunda

Año: 2018

ISBN Impreso: 9781456260934

ISBN Ebook: 9781456261603

ISBN Connect: 9781456274771

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 660

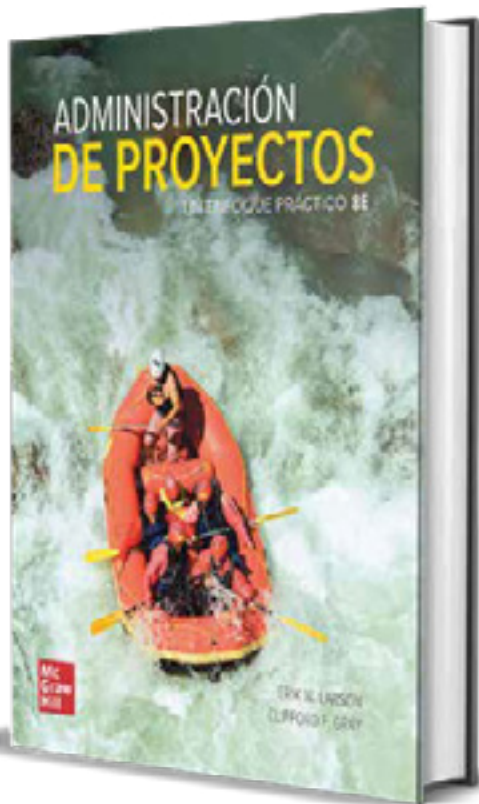
Sinopsis:

El rasgo definitorio de esta edición es la discusión actualizada de los conceptos centrales y herramientas analíticas del libro. Cada capítulo se actualizó y se agregaron decenas de nuevos ejemplos, junto con nuevas cápsulas ilustrativas y temas emergentes para que el contenido cobre vida y proporcione una visión de primera mano de la estrategia en acción. También se agregaron casos nuevos para ayudar a poner los problemas clave en contexto y demostrar cómo funciona la estrategia en la vida real. Esta edición de Administración estratégica está dividida en dos partes.

La primera hace un recorrido por todos los aspectos teóricos, como la evaluación del entorno externo de una organización, así como de los recursos y capacidades de una empresa, estrategias para el crecimiento internacional y para la sustentabilidad. La segunda reúne casos de estudio que están enmarcados en torno a cuestiones estratégicas clave y sirven para agregar profundidad y contexto al contenido temático de los capítulos. Muchos de estos ejemplos involucran compañías de alto perfil que los estudiantes reconocerán y relacionarán inmediatamente.

Contenido:

1. ¿Qué es estrategia y por qué es importante?
2. Liderar el proceso de elaboración y ejecución de estrategia
3. Evaluación del entorno externo de una organización
4. Evaluar los recursos y capacidades de una empresa
5. Estrategias para la ventaja competitiva: estrategias genéricas y más allá
6. Estrategias para cambiar el juego: nuevas formas de operar y modificar el alcance de las operaciones
7. Estrategias para el crecimiento internacional
8. Estrategias para administrar un grupo de empresas: diversificación
9. Estrategias para la sustentabilidad: personas, planeta y ganancias
10. Configurar la organización
11. Cultura corporativa y liderazgo: claves para una buena ejecución de la estrategia



ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS.

Un enfoque práctico

Autor: Erik W. Larson y Clifford F. Gray

Edición: Octava

Año: 2021

ISBN Impreso: 9781456284770

ISBN Ebook: 9781456284763

ISBN Connect: 9781456286873

Recurso digital:

Connect® y SmartBook 2.0

Páginas: 704

Sinopsis:

El libro proporciona una visión realista y sociotécnica de la administración de proyectos ya que además de dominar las herramientas y los procesos esenciales para el éxito de la administración de proyectos, también considera que la eficacia de estas herramientas y métodos está formada y determinada por la cultura prevaleciente de la organización y la dinámica interpersonal de las personas involucradas.

Abarca los conceptos y habilidades que utilizan los gerentes para proponer, planificar, asegurar recursos, presupuestar y llevar a los equipos de proyectos a completar con éxito sus proyectos.

El texto debe resultar útil para los estudiantes y posibles gerentes de proyectos para ayudarles a entender por qué las organizaciones han desarrollado un proceso formal de administración de proyectos para obtener una ventaja competitiva. Los lectores descubrirán que los conceptos y técnicas discutidos con suficiente detalle son inmediatamente útiles en situaciones de nuevo proyecto.

Los administradores de proyectos en la práctica encontrarán que el libro es una guía valiosa y una gran referencia cuando tengan que lidiar con problemas típicos que surgen en el curso de un proyecto.

Contenido:

1. Moderna administración de proyectos. 2. Estrategia de organización y selección de proyectos. 3. Organización: cultura y estructura. 4. Definición del proyecto. 5. Estimación de tiempos y costos del proyecto. 6. Desarrollo de un plan para el proyecto. 7. Administración del riesgo. 8. Programación de recursos y costos. 9. Reducción de la duración del proyecto. 10. Cómo ser un administrador de proyectos eficaz. 11. Administración de los equipos de proyectos. 12. Subcontratación: Administración de relaciones entre organizaciones. 13. Medición y evaluación del avance y desempeño. 14. Cierre del proyecto. 15. Administración con Agile PM. 16. Proyectos internacionales. Apéndices: 1. Soluciones a los ejercicios seleccionados. 2. Ejercicios de proyectos por computadora.



ADMINISTRACIÓN.

Una perspectiva global, emprendedora y de innovación

Autor: Heinz Wehrich, Mark V. Cannice y Harold Koontz

Edición: Decimosexta

Año: 2022

ISBN Impreso: 9786071517081

ISBN Ebook: 9786071517098

ISBN Connect: 9781456290306 – acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 600 reactivos.

SmartBook 2.0 con 800 preguntas.

ABSs con 37 simuladores.

OLC con PPT en español.

Páginas: 624

Sinopsis:

El propósito de este libro es preparar a los estudiantes de negocios, administración, ingeniería o ciencias para una carrera administrativa llena de emociones, desafíos y gratificaciones. El libro ha tenido una orientación internacional desde mucho antes de que estuviera de moda tenerla. Así, no sólo exponemos cuestiones administrativas pertenecientes al continente americano, sino que también prestamos atención a asuntos de la Unión Europea y Asia, regiones que no siempre son consideradas en otros textos de administración.

Hemos integrado la teoría y la práctica, pero ahora también destacamos la perspectiva emprendedora de Silicon Valley en el texto con perspectivas innovadoras de la administración que no aparecen en otros libros de texto sobre la materia. Todo el libro contiene explicaciones y aplicaciones de los proyectos emprendedores y no se trata de un tema simplemente añadido.

Los conocimientos administrativos están clasificados de acuerdo con las funciones de planear, organizar, integrar al personal, dirigir y controlar, y las integra dentro de un marco. La perspectiva sugerida de un sistema abierto es más importante hoy que nunca porque ahora el entorno exterior contiene más retos debido a la internacionalización y a una comunicación más abierta por la internet.

Contenido:

Parte 1 EL FUNDAMENTO DE LA TEORÍA Y LA PRÁCTICA DE LA ADMINISTRACIÓN. 1 Administración: ciencia, teoría y práctica, 2 Administración y sociedad: ambiente externo, responsabilidad social y ética, 3 Administración global, comparada y de calidad. Parte 2 PLANEACIÓN. 4 Elementos esenciales de la planeación y la administración por objetivos, 5 Estrategias, políticas y premisas de la planeación, 6 Toma de decisiones. Parte 3 ORGANIZACIÓN. 7 Naturaleza de la organización, el espíritu emprendedor y la reingeniería, 8 Estructura de la organización: departamentalización, 9 Autoridad de línea, personal de staff, delegación de poder de decisión (empowerment) y descentralización, 10 Organización eficaz y cultura organizacional. Parte 4 INTEGRACIÓN (STAFFING). 11 Administración y selección de recursos humanos, 12 Evaluación del desempeño y plan de la carrera, 13 Administrar el cambio mediante el desarrollo de los administradores y de la organización. Parte 5 DIRECCIÓN. 14 Factores humanos y motivación, 15 Liderazgo, 16 Comités, equipos y toma grupal de decisiones, 17 Comunicación. Parte 6 CONTROL. 18 Sistema y proceso de control, 19 Técnicas de control y tecnologías de la información, 20 Productividad, administración de operaciones y gestión de la calidad.



COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL.

La dinámica del éxito en las organizaciones

Autor: Idalberto Chiavenato

Edición: Cuarta

Año: 2022

ISBN Impreso: 9781456291921

ISBN Ebook: 9781456291938

ISBN Connect: 9781456292355 - acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 450 reactivos.

SmartBook 2.0 con 1102 preguntas.

OLC con PPT en español.

Páginas: 580

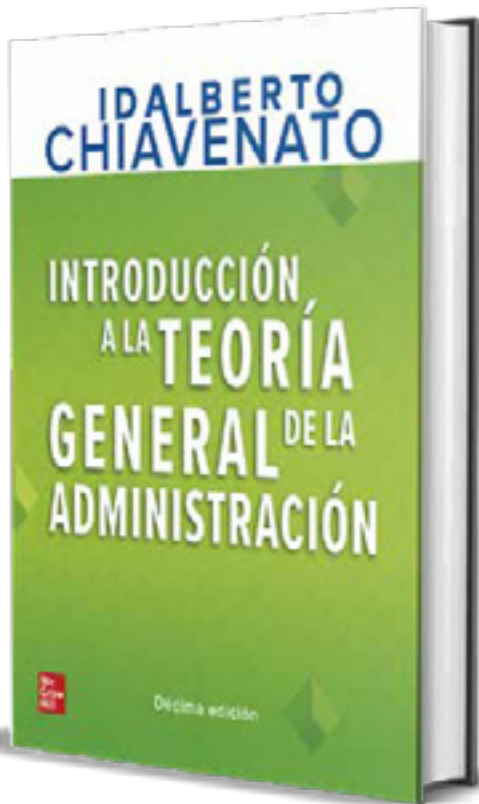
Sinopsis:

Dado que el entorno de los negocios está esencialmente compuesto por organizaciones, es fundamental que todas las personas interesadas en hacer negocios, alianzas, desarrollar relaciones o actividades con organizaciones conozcan cómo son y cómo funcionan. Si bien las organizaciones son evaluadas en el mundo financiero a través de indicadores contables y cuantitativos, es necesario conocer profundamente sus activos intangibles, motor de la innovación, la competitividad y la sostenibilidad de las organizaciones. Estos activos casi siempre dependen del capital humano. Cuando talentos, organización, comportamiento y gestión están juntos y combinados tenemos todas las condiciones sinérgicas para el desempeño organizacional en términos excepcionales.

Este libro reúne conceptos, ejemplos, aplicaciones y modelos actuales que pueden ser utilizados en organizaciones sin recurrir a adaptaciones, correcciones, transposiciones, decodificaciones o interpretaciones. Dirigido a cursos de comportamiento organizacional o comportamiento en las organizaciones, entre el 3° y 5° semestres de las carreras de Administración y Administración de RRHH.

Contenido:

Parte 1 EL CONTEXTO AMBIENTAL. 1 Introducción al comportamiento organizacional, 2 El mundo de las organizaciones. Parte 2 EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL. 3 Las organizaciones y su administración, 4 Diseño organizacional, 5 Cultura organizacional, 6 Conocimiento corporativo y organizaciones de aprendizaje. Parte 3 LAS PERSONAS Y LAS ORGANIZACIONES. Microperspectiva del CO. 7 Diferencias individuales y personalidad, 8 Percepción, atribución, actitud y decisión, 9 Motivación. Parte 4 GRUPOS Y EQUIPOS EN LAS ORGANIZACIONES. Perspectiva intermedia del CO. 10 Equipos y empoderamiento. Parte 5 LA DINÁMICA ORGANIZACIONAL. Macroperspectiva del CO. 11 Comunicación, 12 Liderazgo, poder y política, 13 Estrés, conflicto y negociación, 14 Cambio y desarrollo organizacional, 15 Estrategia organizacional.



INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN

Autor: Chiavenato, Idalberto

Edición: Decima

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456269821

ISBN Ebook: 9781456269838

ISBN Connect: 9781456266820

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 400

Sinopsis:

La teoría general de la administración es una disciplina que se ocupa del estudio de la administración en general y de las actividades de organizaciones en particular: planeación, organización, dirección y control. Es una obra que introduce al lector en las teorías en que se funda la administración: clásico, humanista, estructuralista, conductual, sistémico, de contingencias, nuevos enfoques.

El autor es brasileño de amplio reconocimiento en América Latina. Tiene un enfoque humanista porque siempre enfatiza la importancia del talento humano para alcanzar los objetivos de la organización

Contenido:

1. Administración y sus perspectivas. P1. Introducción a la teoría general de la administración. 2. Administración científica. P2. Enfoque clásico de la administración 3. Teoría clásica de la administración. P3. Enfoque humanista de la administración 4. Teoría de las relaciones humanas. P4. Enfoque neoclásico de la administración 5. Teoría neoclásica de la administración. P5. Enfoque estructuralista de la administración 6. Modelo burocrático y teoría estructuralista de la administración. P6. Enfoque conductual de la administración 7. Teoría conductual de la administración. P7. Enfoque sistémico de la administración 8. Teoría de sistemas. P8. Enfoque de contingencia de la administración Teoría de las contingencias de la administración 9. Teoría matemática y tecnología en la administración. P9. Nuevos enfoques de la administración 10. Hacia dónde va la administración.



ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Autor: Enrique Benjamín Franklin Fincowsky

Edición: Quinta

Año: 2022

ISBN Impreso: 9786071517630

ISBN Ebook: 9786071517647

Recurso digital:

OLC con PPT en español.

Páginas: 560

Sinopsis:

Este libro constituye una valiosa fuente de consulta para académicos, estudiantes y público en general, quienes, con las ideas aquí planteadas, pueden optimizar el funcionamiento de cualquier organización e impactar en su desempeño de manera positiva.

La obra muestra de manera práctica como definir un marco estratégico de actuación, establecer una metodología sólida en el quehacer administrativo, relacionar la estrategia con la estructura organizacional y aplicarla efectivamente en el uso de espacios, el empleo de enfoques multidimensionales en la elaboración de manuales administrativos enfocados en procedimientos y procesos, y la aplicación eficaz de la asistencia técnica y la consultoría.

En esta edición encontrará un caso nuevo en cada capítulo. El abordaje sobre Gestión documental está renovado y enriquecido con los temas de inteligencia de negocio y Big Data. Se integraron nuevos criterios para la elaboración de manuales en el sector social. Se analizan las formas de trabajo presencial y a distancia, y se proporcionan indicadores para el segundo. El capítulo sobre Manuales administrativos está actualizado conforme a la norma vigente. Respecto a la reorganización administrativa, se abordan los temas de innovación y tecnología, así como la gestión estratégica. Finalmente, toda la bibliografía ha sido revisada y actualizada.

Contenido:

1 Organización y estrategia. 2 Metodología para el desarrollo de estudios organizacionales. 3 Gestión documental. 4 Estructuras organizacionales. 5 Espacio del trabajo. 6 Manuales administrativos. 7 Procedimientos y procesos. 8 Reorganización administrativa. 9 Asistencia técnica y servicios de consultoría.



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Autor: Chiavenato, Idalberto, Sapiro, Arão

Edición: Tercera

Año: 2017

ISBN Impreso: 9781456263140

ISBN Ebook: 9781456263348

Páginas: 372

Sinopsis:

La planeación estratégica es la disciplina en que se buscan y especifican las ventajas competitivas de la organización en relación con su competencia, con el fin de emplearlas para alcanzar sus objetivos financieros, de acuerdo con su misión y visión.

La planeación estratégica es un proceso esencial en la organización que se encarga de trazar los objetivos por alcanzar y las directrices para definir los planes de acción para lograrlos y que generen ventajas competitivas y sostenibilidad a largo plazo. Identifica los recursos potenciales, crea y alinea las capacidades, reconoce las fortalezas y debilidades y establece el conjunto de medidas que se aplicarán para asegurar los resultados planeados.

El libro presenta las etapas del proceso de planeación, desde la intención hasta el resultado final, y sirve como manual para elaborar el plan estratégico de organizaciones con fines o sin fines de lucro, públicas o privadas, pequeñas, medianas o grandes y negocios familiares o de emprendedores.

Contenido:

1. Evolución del pensamiento estratégico 2. Proceso de la planeación estratégica 3. Intención estratégica 4. Diagnóstico estratégico externo 5. Construcción de escenarios 6. Diagnóstico estratégico interno 7. Política de negocios 8. Modelos dinámicos de competencia y cooperación 9. Definición de objetivos y formulación de estrategias 10. Alineación organizacional y liderazgo estratégico 11. Organizaciones de aprendizaje 12. Ejecución de la estrategia 13. Espíritu emprendedor 14. Evaluación de la estrategia 15. Gobierno corporativo, responsabilidad social y desarrollo sostenible.



HABILIDADES DIRECTIVAS

Autor: Madrigal, Berta

Edición: Tercera

Año: 2017

ISBN Impreso: 9781456257484

ISBN Ebook: 9781456258535

Páginas: 240

Sinopsis:

Dirigido a maestros y personas que toman cursos de Liderazgo o de Habilidades directivas en carreras de administración, gestión empresarial, relaciones internacionales, ingeniería industrial y en maestrías en negocios. En esta edición se analizan las habilidades que debe tener un gerente para responder a las necesidades de liderazgo que demandan las organizaciones actuales. Se orienta al lector sobre cómo desarrollar las habilidades de autoconocimiento, administración del tiempo, manejo del estrés, solución de problemas, profesional, y de coaching y liderazgo, de manera que le permitan un desempeño eficiente en su ámbito personal y profesional. En esta obra se plantean al lector actividades y cuestionamientos sobre su propio actuar, de manera que sea crítico y pueda llegar a conclusiones propias.

Contenido:

1. Habilidades directivas y su clasificación 2. La alta dirección y sus habilidades 3. Liderazgo y sus habilidades 4. Evolución del liderazgo 5. Inteligencia emocional, habilidad imprescindible para dirigir 6. Administración del tiempo 7. Habilidad creativa 8. Innovación como habilidad en la dirección 9. Motivación: habilidad elemental del directivo 10. Habilidades del pensamiento 11. Habilidad estratégica 12. Habilidad para delegar y facultar 13. La dirección multicultural



EMPRESAS FAMILIARES.

Dinámica, equilibrio y consolidación

Autor: Imanol Belausteguigoitia Rius

Edición: Quinta

Año: 2022

ISBN Impreso: 9786071517593

ISBN Ebook: 9786071517609

Recurso digital:

OLC con PPT en español.

Páginas: 340

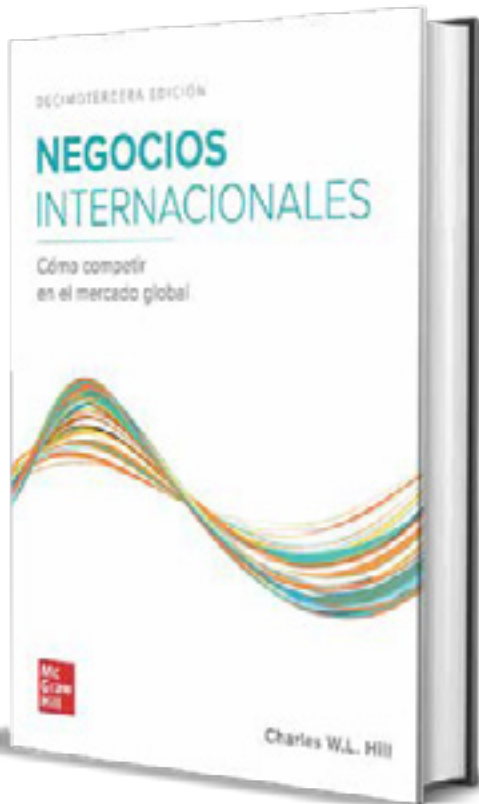
Sinopsis:

La obra nació en 2004 como libro de divulgación para empresarios y familias, y es hoy el referente sobre el tema. Con la incorporación de la materia de Empresas familiares a diversos programas académicos, fue revisado y modificado para que sirviera como texto, conservando un estilo accesible al público en general. Es un texto que analiza, a través de modelos conceptuales, las teorías e investigaciones más recientes, los fundamentos de las empresas familiares, la interacción adecuada entre los miembros para evitar conflictos, planes de sucesión y retiro, y su adecuada profesionalización a través de diálogos, casos y ejercicios. Tiene un capítulo sobre psicología positiva que busca alimentar y nutrir las cualidades más fuertes, y ayudar a encontrar nichos donde puedan ejercer mejor estas fortalezas.

Es un texto utilizado principalmente en las materias sobre Empresas familiares. Es apoyo para asignaturas sobre gobierno corporativo, recursos humanos, espíritu emprendedor y estrategia empresarial, y psicología en carreras como Administración de empresas, Ingeniería industrial, Economía, Mercadotecnia, Psicología y Derecho. También es un referente en maestrías y programas de extensión universitaria. Dado que en muchos programas académicos la materia de Empresas familiares es optativa, el estudiante suele adquirirlo en los últimos períodos, aunque también en los intermedios.

Contenido:

1 Equilibrio entre empresa y familia. 2 Influencia económica de las empresas familiares. 3 Características de las empresas familiares. 4 La familia en la empresa. 5 Las relaciones familiares. 6 Naturaleza de los conflictos en las empresas familiares. 7 Causas y soluciones de conflictos en organizaciones familiares. 8 Psicología positiva: bienestar para familia y empresa. 9 Hacia la profesionalización. 10 Modelo de articulación dinámica de la empresa familiar. 11 Planeación estratégica en la empresa. 12 Plan de vida. 13 Órganos de gobierno.



NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Cómo competir en el mercado global

Autor: Charles W.L. Hill

Edición: Decimotercera

Año: 2021

ISBN Impreso: 9781456284800

ISBN Ebook: 9781456284817

ISBN Connect: 9781456286842

Recurso digital:

Connect® y SmartBook 2.0

Páginas: 720

Sinopsis:

Negocios internacionales es una versión amplia y orientada a casos adecuada para un curso fundamental de negocios internacionales, y para aquellos cursos que requieren un enfoque más profundo del sistema monetario global, la estructura de las compañías internacionales y la contabilidad y las finanzas internacionales.

En esta nueva edición se presenta una cobertura más amplia e integrada de los casos, y un tratamiento más profundo a los temas de mercado de capitales globales, organización de las compañías internacionales, y contabilidad y finanzas internacionales, los cuales tienen capítulos específicos asignados en el libro.

Contenido:

Parte uno: Introducción y panorama general. Capítulo 1. Globalización. Parte dos: Diferencias nacionales. Capítulo 2. Diferencias nacionales en los sistemas políticos, económicos y legales. Capítulo 3. Diferencias nacionales en el desarrollo económico. Capítulo 4. Diferencias en la cultura. Capítulo 5. Ética, responsabilidad social corporativa y sustentabilidad. Parte tres: El comercio global y el entorno de inversión. Capítulo 6. Teoría del comercio internacional. Capítulo 7. Política gubernamental y comercio internacional. Capítulo 8. Inversión extranjera directa. Capítulo 9. Integración económica regional. Parte cuatro: El sistema monetario global. Capítulo 10. El mercado de divisas. Capítulo 11. El sistema monetario internacional. Capítulo 12. El mercado de capitales globales. Parte cinco: La estrategia y estructura de las compañías internacionales. Capítulo 13. La estrategia de las compañías internacionales. Capítulo 14. La organización de las compañías internacionales. Capítulo 15. Entrada a mercados desarrollados y emergentes. Parte seis: Funciones de las compañías internacionales. Capítulo 16. Exportación, importación y comercio compensatorio. Capítulo 17. Producción global y administración de la cadena de suministro. Capítulo 18. Marketing global y análisis empresarial. Capítulo 19. Administración de recursos humanos globales. Capítulo 20. Contabilidad y finanzas en las compañías internacionales. Parte siete: Casos integradores: • Globalización de BMW, Rolls-Royce y el MINI • El declive de Zimbabwe • Desarrollo económico de Bangladesh • Swatch Group y su singularidad cultural • Estrategia de responsabilidad corporativa de Woolworths • El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica • (TPP) ha muerto: ¡Larga vida al CPTPP! • Boeing y Airbus en conflicto a causa de los subsidios • ilegales • IED en el sector minorista indio • Libre comercio en África • El peso mexicano, el yen japonés y Pokémon Go • Egipto y el FMI • Alibaba establece récord de OPI • Sony Corporation: ¿Sigue siendo un líder global? • Arquitectura organizacional en P&G • Cutco Corporation: Afina su entrada al mercado • Tata Motors y la exportación • Alibaba y las cadenas de suministro global • Best Buy cambia de rumbo otra vez • Sodexo: Conformación de una fuerza laboral global y diversa • Tesla, Inc.: Subsidio a los automóviles Tesla a nivel global.



EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO

Autor: Alcaraz Rodríguez, Rafael

Edición: Sexta

Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514585

ISBN Ebook: 9781456278434

ISBN Connect: 9781456255008

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 368

Sinopsis:

Este libro introduce al alumno de manera sistemática en el proceso de planeación, evaluación e implantación del proyecto de negocio hasta convertirlo en una empresa real.

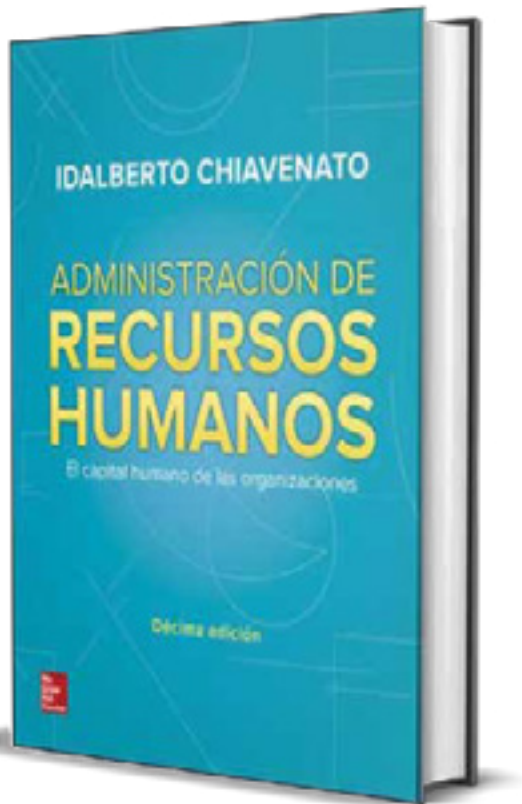
Se trata de una obra esencialmente práctica que le permite al estudiante concretar ideas y plasmarlas de una manera formal y estructurada, por lo que es una herramienta de la actividad del emprendedor.

En esta obra se han incluido varios ejemplos de proyectos, algunos contenidos a lo largo de cada capítulo a partir de "Naturaleza del proyecto", y dos más (uno de negocios y otro social), a manera de ejemplo integrador, al final del libro que enlaza el contenido para la presentación del plan de negocios. Se incluyen ejemplos de empresas manufactureras y de servicios.

La obra cuenta con los elementos para realizar paso a paso la implantación de su plan de negocios y con plantillas en el sitio web del libro que ayudan a integrarlo y documentarlo

Contenido:

1. Espíritu emprendedor, 2. Emprendedores, 3. Creatividad, 4. Trabajo en equipo, 5. Propuesta de valor, 6. Modelo de negocio, 7. Naturaleza del proyecto, 8. El mercado, 9. Producción, 10. Organización, 11. Finanzas, 12. Plan de trabajo, 13. Resumen ejecutivo, 14. Anexos del plan de negocios, 15. Presentación de planes de negocio. Glosario e Índice analítico.



ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Autor: Chiavenato, Idalberto

Edición: Decima

Año: 2018

ISBN Impreso: 9781456263164

ISBN Ebook: 9781456263430

ISBN Connect:

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 440

Sinopsis:

Dirigida al curso de Administración de recurso humanos o Administración del capital humano, de carreras de áreas administrativas, pedagogía e ingeniería industrial, entre otras. El concepto de recursos humanos ha evolucionado desde la era industrial, cuando fue acuñado, hasta nuestros tiempos en que se considera a las personas socios activos y proactivos de las organizaciones. Este título analiza de manera detallada el desempeño del capital humano como un factor clave en el éxito de cualquier organización y el papel de un liderazgo eficaz para conducirlo al logro de los objetivos organizacionales. Se enfoca en la cualidad de cambio y diversidad constante de las organizaciones y de las personas, la gestión de recursos humanos, el reclutamiento y selección de personal, la planeación de trabajo, la gestión y evaluación del desempeño, la remuneración, los planes de prestaciones sociales y la calidad de vida en el trabajo, entre otros temas.

Contenido:

1. Interacción entre personas y organizaciones 2. El sistema de gestión de recursos humanos 3. Subsistema de provisión de recursos humanos 4. Subsistema de organización de recursos humanos 5. Subsistema de retención de recursos humanos 6. Subsistema de desarrollo de recursos humanos 7. Subsistema de auditoría de recursos humano.



ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO

Autor: Werther, William y Patricia Guzmán

Edición: Octava

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456266981

ISBN Ebook: 9781456270100

ISBN Connect: 9781456270094

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 408

Sinopsis:

Se centra en el capital humano (CH) y cómo una organización debe seleccionar, atraer, retener y desarrollar este talento con el fin de que contribuya a alcanzar sus objetivos.

La obra continúa manteniendo la estructura sistémica de los autores principales, Werther y Davis, pero se ha actualizado para incorporar las nuevas tendencias en la administración del CH, como: desarrollo de talento, el CH frente a la cuarta revolución industrial, la tecnología que conduce a la especialización del CH, la globalización e internalización del talento y la adquisición de nuevas habilidades de cara al siglo XXI.

Contenido:

1. Elementos esenciales del capital humano 2. Desafíos del entorno 3. Planeación del CH 4. Análisis y diseño de puestos 5. Reclutamiento 6. Identificación del talento 7. Inducción, ubicación y separación 8. Capacitación y desarrollo 9. Planeación de la carrera profesional 10. Evaluación del desempeño 11. Administración de sueldos y salarios 12. Sistemas de compensación 13. Seguridad e higiene 14. Desafíos de la cultura organizacional 15. Relaciones de la empresa con el sindicato 16. Evaluación y perspectivas a futuro. 17 Gestión internacional del CH.



GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Autor: Chiavenato, Idalberto

Edición: Quinta

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456269845

ISBN Ebook: 9781456269852

ISBN Connect: 9781456266813

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 520

Sinopsis:

El objetivo de la obra es detallar el nuevo perfil de la gestión del talento humano. Hace énfasis en el talento humano como responsable del éxito de las organizaciones a través del capital intelectual que aportan.

Describe cómo es este aporte en la era del conocimiento y digital, y en la revolución 4.0, inmersas en un contexto de globalización y de intenso desarrollo tecnológico.

Insiste en que no habría organizaciones sin personas, y en el papel del gerente o administrador para conducir este talento a la consecución de los objetivos de la organización.

Repasa la evolución del concepto de relaciones industriales de la década de 1950, a la administración de recursos humanos del decenio de 1990, que dio lugar a gestión de personas a inicios del siglo XXI y que en la era digital se ha transformado en gestión del talento humano con una visión estratégica y holística.

Contenido:

P1. Los nuevos desafíos de la gestión del talento humano (GTH) 1. Introducción a la moderna GTH 2. La GTH en un ambiente dinámico y competitivo 3. Planeación estratégica de la GTH P2. Agregar talentos y competencias 4. Reclutamiento de talentos 5. Selección de talentos P3. Comprometer a talentos y equipos 6. Comprometer a talentos y equipos 7. Salud y calidad de vida en el trabajo P4. Aplicación de talentos y competencias 8. Diseño de puestos 9. Gestión del desempeño P5. Recompensar a talentos y equipos 10. Remuneración 11. Programas de incentivos 12. Beneficios de servicios sociales P6. Desarrollo de talentos y equipos 13. Capacitación 14. Desarrollo de talentos y equipos P7. Monitoreo de talentos y equipos 15. Banco de datos y sistemas de información P8. El futuro de la gestión del talento humano 16. Evaluación del talento humano.



DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y EMPRESAS. CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y MARKETING.

Autor: Alejandro Schnarch

Edición: Séptima

Año: 2021

ISBN Impreso: 9786071515414

ISBN Ebook: 9786071515551

Páginas: 352

Sinopsis:

Esta séptima versión tiene la finalidad de incorporar modificaciones, experiencias, sugerencias, conceptos y nuevas ideas que puedan mejorar la presentación y desarrollo del tema, acorde con la evolución y avances de la disciplina y los cambios que se han producido en el entorno.

Crear empresas o introducir productos inéditos al mercado en este escenario reciente continua representando un alto riesgo, que se agudiza por la globalización, la competencia y la incertidumbre económica, tanto en el ámbito técnico como en el financiero y en el mercado. Es notoria la alta tasa de fracasos en los nuevos productos y servicios, así como en los emprendimientos que no pasan de ser el intento frustrado de un negocio bien intencionado.

Contenido:

I. Marco de referencia II. El porqué de los nuevos productos o empresas III. El management de los nuevos productos IV. Creatividad: concepto, problemas y desarrollo V. Cómo buscar y encontrar ideas VI. Selección, evaluación y validación de conceptos VII. El proceso de desarrollo VIII. Conocimiento del mercado: clave del éxito IX. Marketing estratégico para nuevos productos: producto y precio X. Estrategias de distribución y comunicaciones XI. Introducción, lanzamiento y fidelización



FUNDAMENTOS DE ANALÍTICA DE MARKETING

Autor: Joseph F. Hair, Jr., Dana E. Harrison y Haya Ajjan

Edición: Primera

Año: 2022

ISBN Impreso: 9786071517654

ISBN Ebook: 9786071517661

ISBN Connect: 9781456292393 – acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 480 reactivos.

SmartBook 2.0 con 160 preguntas.

OLC con PPT en español.

Páginas: 480

Sinopsis:

En la era del *Big Data*, este libro conciso, interesante y actualizado ofrece los conocimientos básicos necesarios sobre análisis de marketing para situaciones de toma de decisiones. Presenta a los estudiantes las herramientas de software de análisis más populares, como Tableau y Python, además de exponer el análisis de redes sociales, análisis web, aprendizaje automático, redes neuronales, análisis cognitivo y procesamiento del lenguaje natural. Ningún otro libro disponible ofrece a los estudiantes una cobertura tan completa de estos temas.

Como parte del énfasis "aplicado", este texto tiene tres características pedagógicas muy útiles para la comprensión práctica de los temas. Uno es el Practitioner Corner, que presenta a un experto de la industria que ha aplicado el método explicado y resume un ejemplo aplicado usando el método y también plantea preguntas para discusión. La segunda se refiere a estudios de casos con los que adquieren experiencia práctica paso a paso utilizando conjuntos de datos que representan una variedad de escenarios de marketing. Y la tercera es la variedad de software analítico introducido en el libro para familiarizar a los estudiantes con la caja de herramientas del analista de marketing.

Contenido:

Parte1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE ANÁLISIS DE MARKETING Y GESTIÓN DE DATOS. 1 Introducción a la analítica de marketing, 2 Gestión de datos. Parte2 EXPLORACIÓN Y VISUALIZACIÓN DE PATRONES DE DATOS. 3 Análisis exploratorio de datos mediante análisis cognitivo, 4 Visualización de datos. Parte3 MÉTODOS ANALÍTICOS PARA EL APRENDIZAJE SUPERVISADO. 5 Análisis de regresión, 6 Redes neuronales, 7 Aprendizaje automático. Parte 4 MÉTODOS ANALÍTICOS PARA EL APRENDIZAJE NO SUPERVISADO. 8 Análisis de conglomerados, 9 Análisis de la cesta de mercado. Parte 5 ENFOQUES ANALÍTICOS EMERGENTES. 10 Procesamiento del lenguaje natural, 11 Análisis de redes sociales, 12 Fundamentos de análisis de marketing digital. Glosario.



INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Autor: Benasinni, Marcela

Edición: Primera

Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514554

ISBN Ebook: 9781456277437

ISBN Connect: 9781456255015

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 312

Sinopsis:

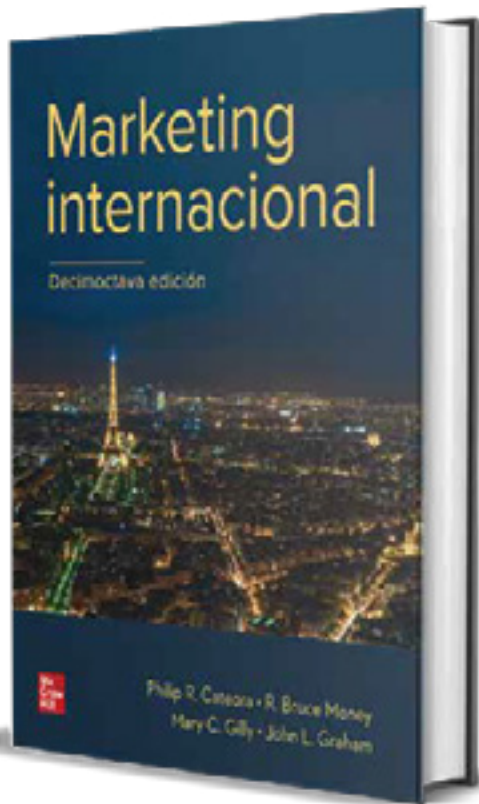
Esta obra ha sido desarrollada para que los estudiantes asimilen y apliquen una metodología precisa en la búsqueda de información secundaria externa y, desde luego, en la comprensión de los principios básicos de la estadística. El lector de este libro se sentirá motivado y con las habilidades para poder desarrollar una investigación de mercado real, apoyado en la información contenida en todos los capítulos y que podrá ser complementada con la valiosa asesoría de un profesor que guíe su aprendizaje.

Sin duda esta obra resulta indispensable en estos tiempos de impresionantes avances en la tecnología, especialmente en materia de recopilación y procesamiento de datos, ya que ofrece información precisa y práctica.

El contenido está actualizado con los temas vigentes y que están siendo incorporados en los nuevos planes de estudios universitarios. Además de que está referenciado con estrategias de investigación considerando el uso de internet.

Contenido:

1. Investigación de mercados, 2. Formulación del problema 3. El diseño de la investigación: Investigación exploratoria 4. Investigación cualitativa 5. Investigación concluyente 6. Cómo diseñar un cuestionario 7. Investigación de motivaciones 8. Muestreo 9. El trabajo de campo, la revisión, verificación y captura de los datos 10. Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y pruebas de hipótesis 11. La redacción del reporte. Apéndices.



MARKETING INTERNACIONAL

Autor: Cateora, Philip , R. Bruce Money, Mary Gilly y John Graham

Edición: Decimoctava

Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514622

ISBN Ebook: 9781456280154

ISBN Connect: 9781456255046

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 720

Sinopsis:

El texto está diseñado para estimular la curiosidad sobre las prácticas de gestión de las empresas, grandes y pequeñas, buscando oportunidades de mercado fuera del país de origen y elevar la conciencia del lector sobre la importancia de ver las estrategias de gestión de marketing internacional desde una perspectiva global. Aunque esta edición, revisada, está infundida con una orientación global, el marketing de exportación y las operaciones de pequeñas empresas, también se incluyen además de examinar las prácticas de las empresas más pequeñas. Estructura de texto, Secciones de casos con ejemplos internacionales. El texto del libro proporciona una cobertura completa de su tema, con énfasis en el tema de la planificación y problemas estratégicos que enfrentan las empresas con mercados a través de las fronteras culturales. Cada capítulo se presenta bajo una perspectiva global, un ejemplo real de la empresa y experiencias que ilustran temas destacados discutidos en el capítulo. The Country Notebook: una guía para desarrollar un plan de marketing. La naturaleza dinámica del mercado internacional se refleja en el número de temas sustancialmente mejorados y ampliados en esta decimoctava edición.

Contenido:

1. Alcance y retos del marketing internacional. 2. El entorno dinámico del comercio internacional. 3. Historia y geografía: los fundamentos de la cultura. 4. La dinámica cultural en la evaluación de los mercados globales. 5. Cultura, estilo de administración y sistemas de negocios. 6. El entorno político: una cuestión crucial. 7. El entorno legal internacional: Respetar las reglas del juego. 8. Desarrollo de una visión global a través de la investigación de mercados. 9. Desarrollo económico y América. 10. Europa, África y Medio Oriente. 11. La región de Asia-Pacífico. 12. Administración global: Planeación y organización. 13. Productos y Servicios para los consumidores. 14. Productos y servicios para los negocios. 15. Canales internacionales de marketing. 16. Comunicaciones integradas de marketing y publicidad internacional. 17. Ventas personales y administración de ventas. 18. Precios para mercados internacionales. 19. Negociaciones inventivas con clientes internacionales, socios y reguladores. Material complementario: Guía para desarrollar un plan de marketing.



MERCADOTECNIA

Autor: Fischer, Laura y Jorge Espejo

Edición: Quinta

Año: 2016

ISBN Impreso: 9786071513922

ISBN Ebook: 9781456258337

Páginas: 360

Sinopsis:

Este libro es ideal como material introductorio a la mercadotecnia y muy útil para los dos primeros semestres de materias como Fundamentos de mercadotecnia, Mercadotecnia y Mezcla de mercadotecnia. Con este título, el lector obtendrá los conocimientos básicos con una aplicación latinoamericana, lo que le permitirá tener una acertada toma de decisiones en el área comercial.

Esta edición está enfocada en las redes sociales y en la mercadotecnia digital como una práctica común en el entorno de los negocios actuales. Este libro, que da al lector las bases para que sea un destacado estudiante o ejecutivo, contiene material nuevo, como por ejemplo, el que hace referencia a la mercadotecnia en las micro, pequeñas y medianas empresas y en mercados específicos.

Además de esto, se presentan temas indispensables para comprender los fundamentos de la mercadotecnia: aspectos generales, administración, mercado y segmentación, comportamiento del consumidor, investigación de mercados y estrategias de producto, precios, distribución, promoción de ventas, publicidad y fuerza de ventas.

Contenido:

1. Aspectos generales de la mercadotecnia 2. Administración de la mercadotecnia 3. Entorno de la mercadotecnia 4. Mercado y segmentación de mercados 5. Comportamiento del consumidor 6. Investigación de mercados 7. Estrategia de producto 8. Estrategia de precios 9. Estrategia de distribución 10. Estrategia de promoción de ventas 11. Estrategia de publicidad 12. Estrategia de fuerza de ventas 13. Marketing digital 14. La mercadotecnia para micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMEs) 15. Mercadotecnia internacional 16. Mercadotecnia especializada



PRINCIPIOS DE INVESTIGACION DE MERCADOS

Autor: Joseph F. Hair, Jr.; David J. Ortinau; Dana E. Harrison

Edición: Quinta

Año: 2021

ISBN Impreso: 9781456284794

ISBN Ebook: 9781456284787

ISBN Connect: 9781456286859

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 448

Sinopsis:

Principios de Investigación de mercados ofrece los conocimientos básicos necesarios de un texto introductorio, fascinante y actualizado.

Esta nueva edición tiene un enfoque orientado a la aplicación de los temas para equipar a los estudiantes con las habilidades necesarias para resolver problemas comerciales y maximizar las oportunidades. Los años de experiencia práctica en investigación de mercado de los autores se evidencian a través de su tratamiento de la investigación cualitativa, la cobertura de las reglas generales del tamaño de la muestra, revisiones de la literatura de antecedentes y nuevas herramientas que apoyan la investigación de mercado. Incluye casos continuos y conjuntos de datos.

Contenido:

Parte 1. Función y valor de la información de investigación de mercados. 1. Investigación de mercados para la toma de decisiones gerenciales. 2. Proceso y propuestas de investigación de mercados. Parte 2. Diseño del proyecto de investigación de mercados. 3. Datos secundarios, revisiones de la literatura e hipótesis. 4. Diseños de investigación por observación y exploratoria y métodos de recolección de datos. 5. Diseños de investigación descriptiva y causal. Parte 3. Recolección de datos precisos. 6. Muestreo: Teoría y métodos. 7. Medición y escalamiento. 8. Diseño de cuestionarios. Parte 4. Preparación y análisis de los datos, e informe de los resultados. 9. Análisis de datos cualitativos. 10. Preparación de los datos para el análisis cuantitativo. 11. Análisis de datos básico para la investigación cuantitativa. 12. Examen de relaciones en la investigación cuantitativa. 13. Comunicación de los hallazgos de la investigación de mercados.

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA CORRELACIONADA CON LAS NIF

Autor: Guadalupe Ochoa Setzer (con la colab. de Luz María Cruz Grimbarde)

Edición: Primera

Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514660

ISBN Ebook: 9781456279356

Páginas: 483

Sinopsis:

En Administración financiera se ofrece de una manera clara y sencilla los conceptos básicos que un analista o usuario de la información financiera debe conocer, como: el valor del dinero en el tiempo, análisis e información financiera a través de los varios estados financieros, el análisis del ROI, análisis de la estructura del capital, los efectos de la inflación; así como la evaluación de proyectos, entre otros.

Ante un mundo globalizado, donde los ambientes de los negocios cambian día con día, las personas que mueven a las organizaciones requieren de información y teorías acordes con la realidad.

Contenido:

1. Campo de acción de las finanzas 2. Valor del dinero en el tiempo 3. Origen y justificación del análisis financiero 4. La información financiera: respuesta a una necesidad. 5. Estado de situación financiera o balance general 6. Estado de resultados 7. Estado de variaciones en el capital contable. 8. Estado de cambios en la situación financiera o estado de flujo de efectivo 9. Antecedentes de la reexpresión de estados financieros 10. Ajuste por cambios en el nivel general de precios. Fundamento contable en la NIF B-10 (efectos de la inflación). 11. Análisis de estados financieros 12. Herramientas y métodos de análisis 13. Análisis del retorno sobre la inversión y la utilización de los activos. 14. Análisis de la estructura de capital: liquidez y solvencia. 15. El analista de estados financieros 16. Estados financieros proyectados 17. Administración financiera a corto plazo 18. Evaluación de proyectos de inversión. 19. Estructura de capital. 20. Análisis e interpretación de los resultados de operación y de la situación financiera de una empresa. Caso de estudio.



CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA.

Un enfoque estratégico para la competitividad

Autor: David Noel Ramírez Padilla

Edición: Decima

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456261429

ISBN Ebook: 9781456261849

ISBN Connect: 9781456274733

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 529

Sinopsis:

Esta edición se trabajó de manera colaborativa con varios especialistas de la profesión contable para ofrecer una actualización relevante, de tal manera que los estudiantes aprendan herramientas y técnicas innovadoras que les permitan adquirir las competencias, tanto profesionales como personales, que les aseguren un desempeño exitoso en el mundo de las organizaciones.

Se han enriquecido los diferentes capítulos, tanto en contenido como en la presentación de la información, de forma que se facilite el aprendizaje de los estudiantes. Se conservó la organización del contenido en cinco secciones porque ello facilita a los docentes y estudiantes el aprendizaje de las áreas que incluyen esta disciplina. Entre otras cosas, se incorporó el tema de la toma de decisiones basada en los big data y la técnica del “Análisis de variaciones bajo una perspectiva estratégica” con el fin de diseñar las estrategias de una organización.

Contenido:

1. El papel de la contabilidad administrativa en las organizaciones 2. Conceptos, clasificaciones y comportamiento de los costos 3. Sistemas de información administrativa contemporáneos 4. Filosofías administrativas contemporáneas 5. El modelo costo-volumen-utilidad 6. Sistema de costeo 7. La planeación y el presupuesto maestro 8. El papel de la información administrativa en la toma de decisiones a corto plazo 9. El papel de la información financiera en la evaluación de proyectos de inversión 10. Sistemas de control administrativo 11. La descentralización y la evaluación del desempeño 12. Empresas de servicios 13. Contabilidad estratégica 14. La responsabilidad social de la empresa

CONTABILIDAD DE COSTOS



Autor: García Colín, Juan

Edición: Quinta

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456272517

ISBN Ebook: 9781456272487

ISBN Connect: 9781456266837

Recurso digital:

Connect®

Páginas: Páginas: 336

Sinopsis:

Esta quinta edición mantiene su estructura didáctica, explicando de manera práctica, breve y propositiva, el resultado de la práctica docente y de la experiencia profesional. Es clara la aportación que el autor hace de manera pragmática en esta obra, la cual se ha constituido en fuente de ventaja competitiva en el esquema estratégico de las empresas modernas.

El presente texto ha sido actualizado con importantes temas, presentando:

- Comentarios y sugerencias a la Norma de Información Financiera C-4, Inventarios (NIF C-4).
- Sugerencias para hacer dinámicos los sistemas de información financiera.
- Un método para el direccionamiento de los costos de la empresa hacia los centros de costo.
- Una nueva metodología para la asignación de costos conjuntos, la cual ha sido probada en la práctica.
- Un nuevo capítulo donde se presenta la metodología para diseñar un sistema de información de costos para empresas de servicio.

Contenido:

1. Introducción a la contabilidad de costos 2. Costo de producción: tratamiento contable y estado de costos de producción y ventas 3. Materia prima y mano de obra 4. Cargos indirectos 5. Sistema de información de costos 6. Sistema de información de costos por procesos con costeo absorbente y costos históricos 7. Costos de productos conjuntos 8. Costos estándar 9. Costeo directo 10. Separación de costos fijos y costos variables 11. Análisis costo-volumen-utilidad 12. Administración de inventarios 13. Empresas de servicio



CONTABILIDAD FINANCIERA

Autor: Guajardo, Gerardo y Nora Andrade

Edición: Séptima

Año: 2018

ISBN Impreso: 9781456260958

ISBN Ebook: 9781456261726

ISBN Connect: 9781456274696

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 592

Sinopsis:

Esta obra incorpora de forma innovadora las Normas Internacionales de Información Financiera y su aplicación en Latinoamérica, así como los nuevos lineamientos de gobierno corporativo que deben utilizar las empresas públicas en la actualidad, las Normas de Información Financiera mexicana y ejemplos ilustrativos de información financiera de empresas globales con fuerte presencia en Latinoamérica.

Enfatiza un uso más estratégico de la información financiera para el proceso de toma de decisiones en las organizaciones económicas e incorpora actividades de reforzamiento al final de cada capítulo. Aborda temas como el ciclo contable de empresas de servicios, estados financieros y cierre, análisis de partidas específicas, cuentas y documentos por cobrar, capital contable y estado de flujos de efectivo.

Como apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje, se utilizan ejercicios y ejemplos actualizados. La página web cuenta con recursos de apoyo para el estudiante.

Contenido:

1. La información financiera y el mundo de los negocios 2. Marco conceptual de la información financiera 3. Registro contable 4. Ajustes 5. Estados financieros y cierre 6. Ciclo contable de empresas comerciales y de servicios 7. Efectivo e inversiones temporales 8. Cuentas y documentos por cobrar 9. Inventarios 10. Propiedad, planta y equipo 11. Intangibles 12. Pasivos 13. Capital contable 14. Estado de flujos de efectivo



CONTABILIDAD INTERMEDIA

Autor: Romero, Álvaro y David Romero

Edición: Cuarta

Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514653

ISBN Ebook: 9781456281779

Páginas: 640

Sinopsis:

En Contabilidad intermedia, los autores buscan dar a los estudiantes un marco teórico y el fortalecimiento en la práctica de las Normas de Información Financiera de la serie C, en particular de la NIF C-1 a la NIF C-11. Además, incorpora el estudio de las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Empresas (NIIF-PYMES). Se estudian la NIF A-6, Reconocimiento y valuación en la información financiera, NIF A-7, Presentación y revelación de la información financiera, temas básicos para comprender las NIF Serie C, además de estudiar las NIF C-1 a C-11, se agrega la NIF C-19 y la NIF D-1, así como los temas de inventarios perpetuos y cuentas de orden. Incorpora las actualizaciones a las NIF de observancia obligatoria a partir del 1 de enero de 2019, así como las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF-PYMES). En particular se reformaron estos temas: capítulo 2 Reconocimiento y valuación de la información financiera NIF A-6; capítulo 5 Inversión en instrumentos financieros NIF C-2; capítulo 6 Cuentas por cobrar NIF C-3; como tema relevante, se incluye el capítulo 7 Ingresos por contratos con clientes NIF D-1; se adiciona el capítulo 12 Instrumentos financieros por pagar NIF C-19; el capítulo 13 Provisiones, contingencias y compromisos NIF C-9 y el capítulo 14 Capital social NIF C-11. Se incorporaron más figuras y gráficas. Se buscó facilitar la lectura de comprensión mediante una redacción más fluida y explicativa.

Contenido:

1. Reconocimiento y valuación en la información financiera. 2. Reconocimiento y valuación en la información financiera 3. Efectivo y equivalentes de efectivo 4. Efectivo y equivalentes de efectivo 5. Inversión en instrumentos financieros 6. Cuentas por cobrar 7. Ingresos por contratos con clientes 8. Inventarios 9. Pagos anticipados 10. Propiedades, planta y equipo 11. Activos intangibles 12. Instrumentos financieros por pagar 13. Provisiones, contingencias y compromisos 14. Capital contable 15. Cuenta de orden



FINANZAS CORPORATIVAS

Autor: Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield, Jeffrey Jaffe y Bradford D. Jordan

Edición: Decimotercera

Año: 2022

ISBN Impreso: 9786071517616

ISBN Ebook: 9786071517623

ISBN Connect: 9781456292454 – acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1008 reactivos.

SmartBook 2.0 con 4419 preguntas.

ABSs con 21 simuladores.

OLC con PPT en español.

Páginas: 1056

Sinopsis:

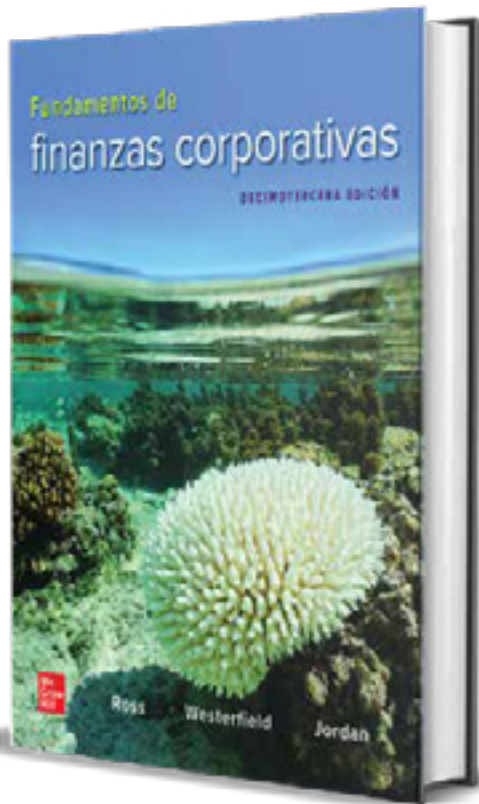
Las dos primeras décadas del siglo XXI nos trajeron la crisis financiera mundial de 2008-2009 y la pandemia de COVID-19 de 2020-2021. Ambos shocks llevaron a importantes reestructuraciones corporativas, y todavía vemos de forma rutinaria anuncios en la prensa financiera sobre adquisiciones, bonos chatarra, reestructuración financiera, ofertas públicas iniciales, quiebras y derivados. Además, están los nuevos reconocimientos de opciones “reales”, capital privado y capital de riesgo, hipotecas subprime, rescates y diferenciales de crédito. Todo ello ha provocado que, tanto la teoría como a la práctica de las finanzas corporativas, haya avanzado a una velocidad poco común a la que la enseñanza debe seguir el ritmo y le han impuesto nuevas cargas que debe cubrir.

Este libro da solución a este problema al enfatizar los fundamentos modernos de la teoría de las finanzas y al darle vida a la teoría con ejemplos contemporáneos, muchos de estos fuera de los Estados Unidos. Ha sido escrito para los cursos de introducción a las finanzas corporativas a nivel de MBA y para cursos introductorios y, sobre todo, intermedios en muchos programas universitarios. No es esencial un conocimiento previo de contabilidad, estadística y economía, el único prerrequisito de matemáticas es álgebra básica.

Hemos incorporado discusiones sobre la pandemia de COVID-19 de 2020-2021 y su impacto en diferentes tipos de corporaciones.

Contenido:

Parte I PERSPECTIVA GENERAL. 1 Introducción a las finanzas corporativas, 2 Estados financieros y flujo de efectivo, 3 Análisis de estados financieros y modelos financieros. Parte II VALUACIÓN Y PRESUPUESTO DE CAPITAL. 4 Valuación con flujos de efectivo descontados, 5 Valor presente neto y otras reglas de inversión, 6 Toma de decisiones de inversión de capital, 7 Análisis de riesgos, opciones reales y presupuesto de capital, 8 Tasas de interés y valuación de bonos, 9 Valuación de acciones. Parte III RIESGO. 10 Riesgo y rendimiento: lecciones de la historia del mercado, 11 Rentabilidad, riesgo y el modelo de valuación de activos de capital (CAPM), 12 Una perspectiva diferente de riesgo y rendimiento: teoría de valuación por arbitraje, 13 Riesgo, costo de capital y presupuesto de capital. Parte IV ESTRUCTURA DE CAPITAL Y POLÍTICA DE DIVIDENDOS. 14 Mercados de capitales eficientes y desafíos conductuales, 15 Financiamiento a largo plazo, 16 Estructura de capital: conceptos básicos, 17 Estructura de capital: límites del uso de deuda, 18 Valuación y presupuesto de capital de una empresa apalancada, 19 Dividendos y otras retribuciones. Parte V FINANCIAMIENTO A LARGO PLAZO. 20 Emisiones públicas de valores, 21 Arrendamiento. Parte VI OPCIONES, FUTUROS Y FINANZAS CORPORATIVAS. 22 Opciones y finanzas corporativas, 23 Opciones y finanzas corporativas: extensiones y aplicaciones, 24 Warrants y bonos convertibles, 25 Derivados financieros y cobertura de riesgo. Parte VII FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO. 26 Financiamiento y planificación a corto plazo, 27 Administración del efectivo, 28 Administración de crédito e inventario. Parte VIII TEMAS ESPECIALES. 29 Fusiones, adquisiciones y desinversiones, 30 Dificultades financieras, 31 Finanzas corporativas internacionales.



FUNDAMENTOS DE FINANZAS CORPORATIVAS

Autor: Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield y Bradford D. Jordan

Edición: Decimotercera

Año: 2022

ISBN Impreso: 9781456291136

ISBN Ebook: 9781456291143

ISBN Connect: 9781456292478 – acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 2506 reactivos.

SmartBook 2.0 con 1143 preguntas.

ABSs con 21 simuladores.

OLC con PPT en español.

Páginas: 1008

Sinopsis:

Este libro fue diseñado y desarrollado para un primer curso en negocios o finanzas corporativas, tanto para estudiantes de finanzas como para estudiantes que no lo son. En términos de prerrequisitos, se asume cierta familiaridad con el álgebra básica y los conceptos contables, sin dejar de revisar principios contables importantes desde el principio.

En esta edición se han incluido los siguientes tópicos: COVID-19 y su impacto en las finanzas en múltiples capítulos; recuperaciones y compensación diferida; Fintech y la relación entre finanzas y otras disciplinas; ratios en la práctica; inversiones; tasas de interés negativas; tasas de incumplimiento empresarial en la práctica; emprendimiento y capital de riesgo; apéndice en línea sobre covarianza y correlación; listados directos y ofertas iniciales de monedas de criptomonedas (ICO); regulación CF; Brexit; repatriación, y cambios en la contabilidad de arrendamientos.

En cada capítulo, las viñetas de apertura, las características en recuadro, los ejemplos ilustrados en el capítulo que utilizan compañías reales y el material del final del capítulo también se han actualizado a fondo.

Contenido:

Parte 1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS FINANZAS CORPORATIVAS. 1 Introducción a las finanzas corporativas, 2 Estados financieros, impuestos y flujo de efectivo. Parte 2 ESTADOS FINANCIEROS Y PLANIFICACIÓN FINANCIERA A LARGO PLAZO. 3 Trabajando con los estados financieros, 4 Planificación financiera a largo plazo y crecimiento. Parte 3 VALORACIÓN DE LOS FLUJOS DE CAJA FUTUROS. 5 Introducción a la valoración: el valor temporal del dinero, 6 Valoración del flujo de efectivo con descuento, 7 Tasas de interés y valoración de bonos, 8 Valoración de acciones. Parte 4 PRESUPUESTO DE CAPITAL. 9 Valor actual neto y otros criterios de inversión, 10 Toma de decisiones de inversión de capital, 11 Análisis y evaluación de proyectos. Parte 5 RIESGO Y RETORNO. 12 Algunas lecciones de la historia del mercado de capitales, 13 Retorno, riesgo y la línea de mercado de seguridad. Parte 6 COSTO DE CAPITAL Y POLÍTICA FINANCIERA A LARGO PLAZO. 14 Costo de capital, 15 Crecimiento del capital, 16 Política de estructura de capital y apalancamiento financiero, 17 Dividendos y política de pago. Parte 7 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA A CORTO PLAZO. 18 Financiamiento y planificación a corto plazo, 19 Gestión del efectivo y de la liquidez, 20 Gestión del crédito y del inventario. Parte 8 TEMAS EN FINANZAS CORPORATIVAS. 21 Finanzas corporativas internacionales, 22 Comportamiento financiero: implicaciones en la administración financiera, 23 Gestión del riesgo empresarial, 24 Opciones y finanzas corporativas, 25 Valoración de opciones, 26 Fusiones y adquisiciones, 27 Arrendamiento.



PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS

Autor: Brealey, Richard A. Brealey; Stewart C. Myers y Franklin Allen

Edición: Treceava

Año: 2020

ISBN Impreso: 9781456277178

ISBN Ebook: 9781456278632

ISBN Connect: 9781456255039

Recurso digital:

Connect®

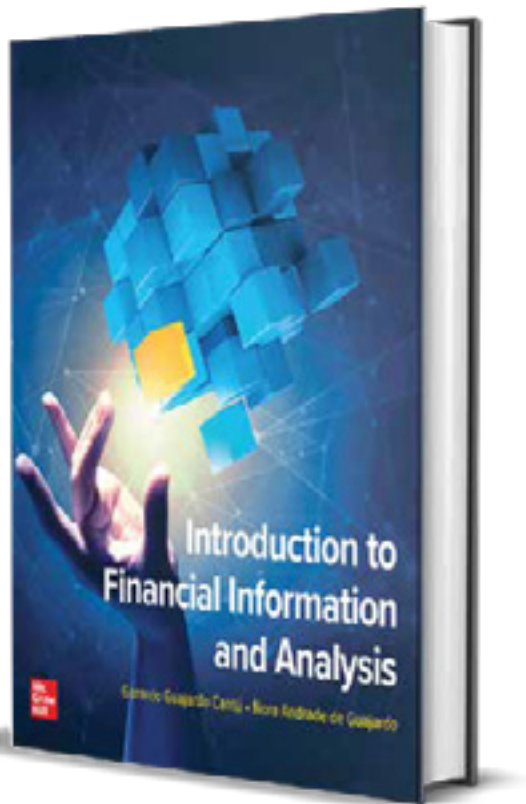
Páginas: 926

Sinopsis:

Este libro describe la teoría y la práctica de las finanzas corporativas. Apenas necesitamos explicar por los gerentes financieros deben dominar los aspectos prácticos de su trabajo, sin embargo debemos explicar por qué los gerentes con los pies en la tierra no pueden dejar de lado la teoría. Por supuesto, la teoría presentada en este libro no es perfecta y, ninguna teoría lo es. Hay algunas famosas controversias en las que los economistas financieros no pueden ponerse de acuerdo. No hemos pasado por alto estos desacuerdos. Los autores parten de los argumentos de cada lado para ubicar en dónde estamos parados. Gran parte de este libro tiene que ver con la comprensión sobre qué hacen los gerentes financieros y por qué. Pero también se aborda qué deben hacer para aumentar el valor la compañía. Esta obra puede ser el primer acercamiento al mundo de las finanzas modernas para algunos estudiantes. Si es así, primero encontrarán nuevas ideas, para comprender cómo se traduce la teoría financiera a la práctica. Pero eventualmente el estudiante estará en condición de tomar decisiones financieras, no solo estudiarlas.

Contenido:

Introducción a las finanzas corporativas, Cómo calcular valores presentes, Valuación de bonos, Valuación de las acciones ordinarias, Valor presente neto y otros criterios de inversión, Problemas de agencia e inversión, Mercados eficientes y finanzas conductuales, Panorama general del financiamiento corporativo, Cómo emiten valores las corporaciones, Política de pago, ¿Es importante la política de endeudamiento? ¿Cuánto debería endeudarse una empresa? Financiamiento y valuación, Entendiendo las opciones, Valuación de opciones, Opciones reales, Riesgo de crédito y valor de la deuda corporativa, Los diversos tipos de deuda, Arrendamiento, Administración del riesgo, Administración de riesgos internacionales, Análisis financiero, Planeación financiera, Gestión del capital circulante, Fusiones, Reestructuración corporativa, Gobierno y control corporativo, Conclusión: lo que hacemos y no sabemos sobre las finanzas.



INTRODUCTION TO FINANCIAL INFORMATION AND ANALYSIS

Autor: Gerardo Guajardo Cantú y Nora Andrade de Guajardo

Edición: Primera

Año: 2021

ISBN Ebook: 9786071517623

ISBN Connect: 9781456286910

Recurso digital:

Connect y OLC

Páginas: 216

Sinopsis:

La presente edición incorpora de manera relevante y creativa los aspectos básicos de la información financiera y su análisis.

La obra enfatiza el uso estratégico de la información financiera para apoyar la toma de decisiones en las organizaciones económicas.

En ella, se incorporan de forma innovadora las Normas Internacionales de Información Financiera y su aplicación en Latinoamérica, además, se emplean ejemplos ilustrativos de información financiera de empresas globales con fuerte presencia en Latinoamérica.

Esta obra cumple con la materia en el Modelo Tec 21, en su modalidad bilingüe.

Contenido:

1. Financial Information and the Business World. 2. Conceptual Framework for Financial Information. 3. Accounting Records. 4. Financial Statements and Closing Process. 5. Statement of Cash Flows.



ECONOMÍA CON APLICACIONES DE LATINOAMÉRICA

Autor: Samuelson, Paul y William D. Nordhaus

Edición: Decimonovena

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456270032

ISBN Ebook: 9781456270049

ISBN Connect: 9781456266929

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 752

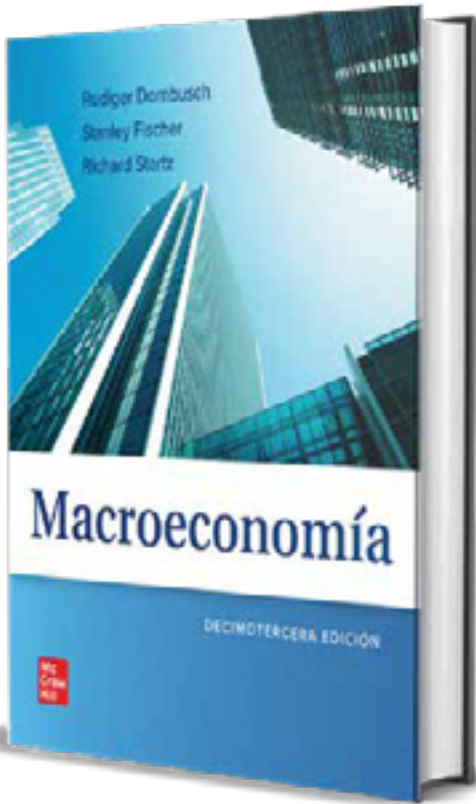
Sinopsis:

Este texto de economía evoluciona de manera orgánica conforme el mundo avanza y gira en torno de seis principios básicos, que los autores se han planteado como básicos:

- I. Describir los principales conceptos que sustentan todo el quehacer económico
- II. Incorporar siempre las innovaciones del campo económico
- III. Hace una selección de los temas que es necesario que el estudiante conozca
- IV. Se incorporan análisis de políticas públicas, en particular de economía ambiental, economía financiera y monetaria
- V. Debates entorno a la globalización y, por último, pero no menos importante
- VI. La claridad en la exposición.

Contenido:

1. Fundamentos de la economía 2. La moderna economía mixta 3. Conceptos básicos de la oferta y la demanda 4. Oferta y demanda: elasticidad y aplicaciones 5. Demanda y comportamiento del consumidor 6. Producción y organización de los negocios 7. Análisis de costos 8. Análisis de los mercados perfectamente competitivos 9. La competencia imperfecta y el monopolio 10. Competencia entre unos cuantos 11. La economía en la incertidumbre 12. La forma en que los mercados determinan el ingreso 13. El mercado del trabajo 14. La tierra, los recursos naturales y el ambiente 15. Capital, interés y utilidades 16. Los impuestos y los gastos gubernamentales 17. Eficiencia contra igualdad: el gran intercambio 18. El comercio internacional 19. Panorama de la macroeconomía 20. Medición de la actividad económica 21. El consumo y la inversión 22. Los ciclos de negocios y la demanda agregada 23. El dinero y el sistema financiero 24. Política monetaria y economía 25. Crecimiento económico 26. El reto del desarrollo económico 27. Los tipos de cambio y el sistema financiero internacional 28. La macroeconomía en una economía abierta 29. El desempleo y las bases de la oferta agregada 30. Inflación 31. Fronteras de la macroeconomía



MACROECONOMÍA

Autor: Dornbusch, Rudiger, Stanley Fischer y Richard Startz

Edición: Decimotercera

Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514417

ISBN Ebook: 9781456279714

ISBN Connect: 9781456255084

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 680

Sinopsis:

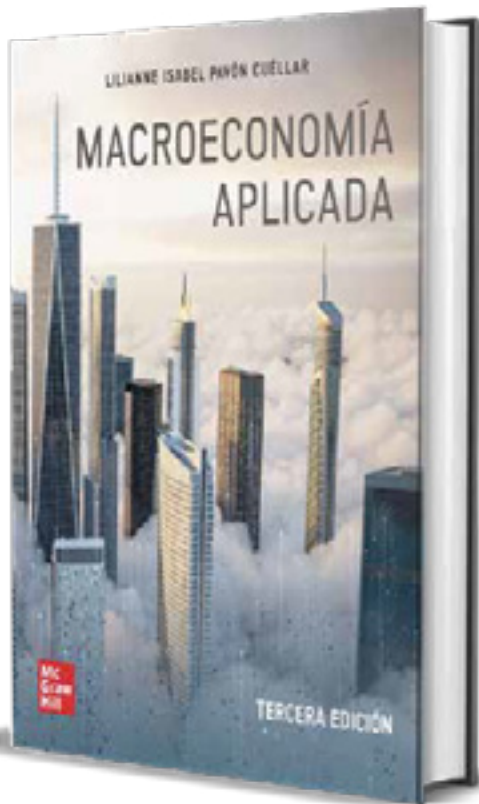
Un clásico de casi 40 años en el mercado, cuyo éxito se explica por su exposición sólida y sencilla, en la que se enfatizan los conceptos sobre la técnica y encajar el material difícil en un marco más amplio para que los estudiantes puedan ver su relevancia en el mundo.

Los autores incorporan las investigaciones más vanguardistas, al tiempo que permiten la flexibilidad en la exposición de estos temas. Se actualizó para incorporar la Historia de la Gran Recesión.

Se ha hecho un gran esfuerzo en actualizar los datos disponibles de gráficas, tablas y preguntas empíricas. Se han incorporado nuevas secciones “La historia habla” y “¿Qué más sabemos?”. Esos recuadros ayudan a que los estudiantes relacionen el material del libro con las noticias que leen, además de que se ha trabajado en hacerlas divertidas.

Contenido:

1. Introducción 2. Contabilidad del ingreso nacional 3. Crecimiento y acumulación 4. Crecimiento y política 5. Oferta agregada y demanda agregada 6. Oferta agregada y la curva de Phillips 7. Desempleo 8. Inflación 9. Preliminares sobre políticas 10. Ingreso y gasto 11. Dinero, interés e ingreso 12. Políticas monetaria y fiscal 13. Vínculos internacionales 14. Consumo y ahorro 15. Gasto en inversión 16. La demanda de dinero 17. Reserva Federal, dinero y crédito 18. Políticas públicas 19. Mercados financieros y precios de los activos 20. Deuda nacional 21. Recesión y depresión 22. Inflación e hiperinflación 23. Ajustes internacionales e interdependencia 24. Temas avanzados



MACROECONOMIA APLICADA

Autor: Lilianne Isabel Pavón Cuéllar

Edición: Tercera

Año: 2021

ISBN Ebook: 9781456286743

Páginas: 216

Sinopsis:

El objetivo de este libro es proporcionar un curso de macroeconomía básica, con la intención de constituir un instrumento de fácil manejo, que le permita al estudiante interpretar las políticas y condiciones macroeconómicas e incorporarlas en la toma de decisiones empresariales. El texto ha sido diseñado para los cursos de Macroeconomía, Entorno económico y Economía internacional, que se ofrecen en extensión y posgrado, en los cuales el estudiante suele trabajar horario completo, por lo que su disponibilidad de tiempo para la investigación extra clase es limitada. Asimismo, este perfil de alumno requiere de una cátedra dinámica, en la cual encuentre la utilidad de la materia en el quehacer diario de su profesión y de forma casi inmediata. El libro no profundiza en el origen ni en el fundamento matemático de las teorías, simplemente recorre una a una las diferentes variables, mercados e interrelaciones macroeconómicas, vinculándolas, lo más posible, al caso mexicano. Al final de cada capítulo se agregan laboratorios para que el alumno aplique los conocimientos adquiridos para analizar, interpretar y, en ciertos casos, proyectar el comportamiento de ciertas variables clave de la economía.

Contenido:

1. Principios de contabilidad macroeconómica. 2. Demanda agregada. 3. Consumo e inversión. 4. El sector público. 5. Oferta agregada. 6. Equilibrio macroeconómico. 7. Modelo de determinación del ingreso. 8. Los mercados de fondos prestables. 9. Balanza de pagos y tipo de cambio. 10. La inflación. 11. Caso de estudio. Análisis de programa nacional de financiamiento del desarrollo 1997-2000.



MACROECONOMÍA CON APLICACIONES DE LATINOAMÉRICA

Autor: Samuelson, Paul y William D. Nordhaus

Edición: Decimonovena

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456270056

ISBN Ebook: 9781456270063

ISBN Connect: 9781456266936

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 456

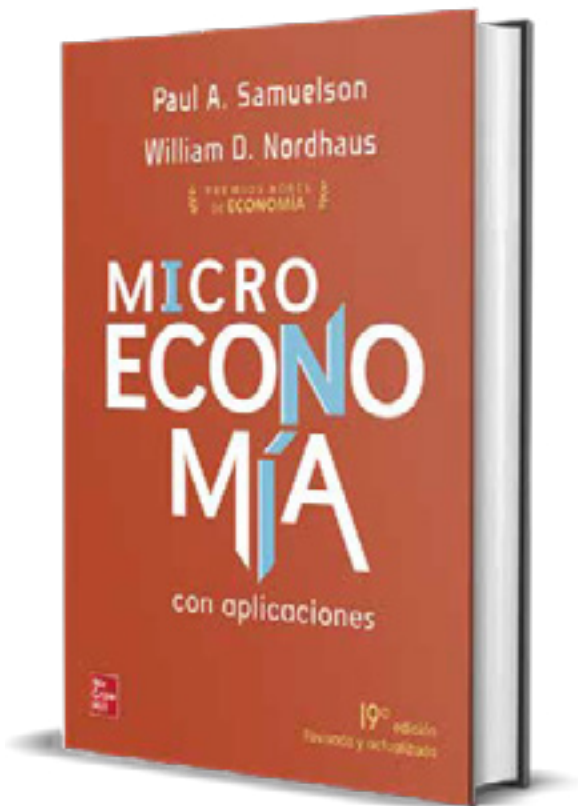
Sinopsis:

La macroeconomía es la parte de la economía que estudia la economía en general, a través del análisis de las variables agregadas como el monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, la balanza de pagos, el tipo de cambio y el comportamiento general de los precios. Las variables que emplea son el producto interno bruto, la tasa de desempleo, los niveles de impuestos, entre otros.

Este texto de economía evoluciona de manera orgánica conforme el mundo avanza y gira en torno de seis principios básicos, que los autores se han planteado como básicos: 1. Describir los principales conceptos que sustentan todo el quehacer económico 2. Incorporar siempre las innovaciones del campo económico 3. Hace una selección de los temas que es necesario que el estudiante conozca 4. Se incorporan análisis de políticas públicas, en particular de economía ambiental, economía financiera y monetaria 5. Debates entorno a la globalización y, por último, pero no menos importante 6. la claridad en la exposición.

Contenido:

1. Fundamentos de la economía. 2. La moderna economía mixta 3. Conceptos básicos de la oferta y la demanda 4. Panorama general de la macroeconomía 5. Medición de la actividad económica 6. El consumo y la inversión 7. Los ciclos de negocios y la demanda agregada 8. Capital, interés y utilidades 9. El dinero y el sistema financiero 10. Política monetaria y economía 11. Crecimiento económico 12. El reto del desarrollo económico 13. Los tipos de cambio y el sistema financiero internacional 14. La macroeconomía en una economía abierta 15. El desempleo y las bases de la oferta agregada 16. Inflación 17. Fronteras de la macroeconomía



MICROECONOMÍA CON APLICACIONES DE LATINOAMÉRICA

Autor: Samuelson, Paul y William D. Nordhaus

Edición: Decimonovena

Año: 2019

ISBN Impreso: 9781456270070

ISBN Ebook: 9781456270087

ISBN Connect: 9781456266943

Recurso digital:

Connect®

Páginas: 440

Sinopsis:

La microeconomía es la parte de la economía que estudia el comportamiento de los agentes económicos individuales, como pueden ser las familias, las empresas, los trabajadores. Se analizan elementos como los bienes, precios, mercados y agentes económicos, y las leyes de la oferta y la demanda.

Este texto de economía evoluciona de manera orgánica conforme el mundo avanza y gira en torno de seis principios básicos, que los autores se han planteado como básicos: 1. Describir los principales conceptos que sustentan todo el quehacer económico 2. Incorporar siempre las innovaciones del campo económico 3. Hace una selección de los temas que es necesario que el estudiante conozca 4. Se incorporan análisis de políticas públicas, en particular de economía ambiental, economía financiera y monetaria 5. Debates entorno a la globalización y, por último, pero no menos importante 6. la claridad en la exposición.

Contenido:

1. Fundamentos de la economía. 2. La moderna economía mixta 3. Conceptos básicos de la oferta y la demanda 4. Oferta y demanda: elasticidad y aplicaciones 5. Demanda y comportamiento del consumidor 6. Producción y organización de los negocios 7. Análisis de costos 8. Análisis de los mercados perfectamente competitivos 9. La competencia imperfecta y el monopolio 10. Competencia entre unos cuantos 11. La economía en la incertidumbre 12. La forma en que los mercados determinan el ingreso 13. El mercado del trabajo 14. La tierra, los recursos naturales y el ambiente 15. Capital, interés y utilidades 16. Los impuestos y los gastos gubernamentales 17. Eficiencia contra igualdad: el gran intercambio 18. El comercio internacional

El laboratorio más real y completo.

**Mc
Graw
Hill**

Virtual Labs

Imparta, personalice y mida su curso con facilidad, con una configuración y navegación sencilla dando seguimiento durante la evaluación previa y posterior al laboratorio.

¡Crea una auténtica experiencia de laboratorio para todos los estudiantes!



Solicite una demostración y conozca todas nuestras prácticas de laboratorio en español para **Biología y Química**.

mcgrawhill.latam@mheducation.com



www.mheducation.com.mx

Síguenos en:



/MHELatam



@MHELatam



@MHELatam



McGraw-Hill Latam