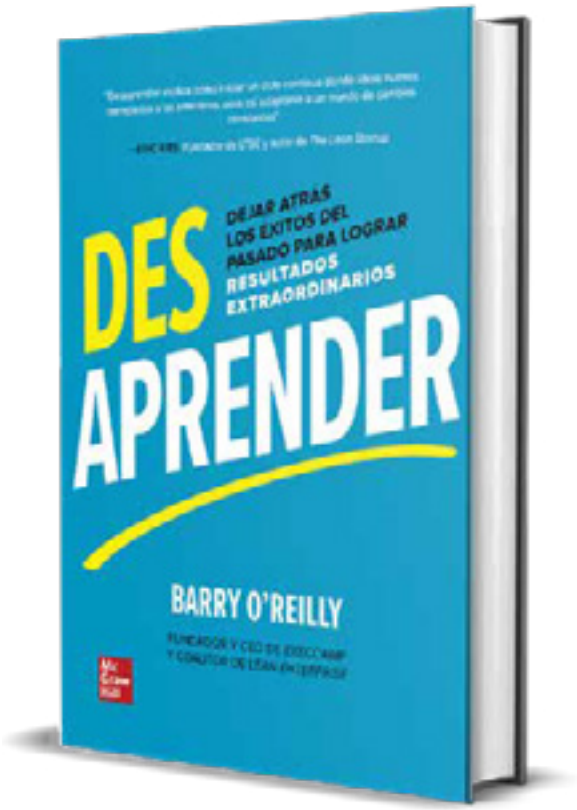
Mc Graw Hill

CATÁLOGO UNIVERSITARIO
HIGHER EDUCATION

EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN



DESAPRENDER

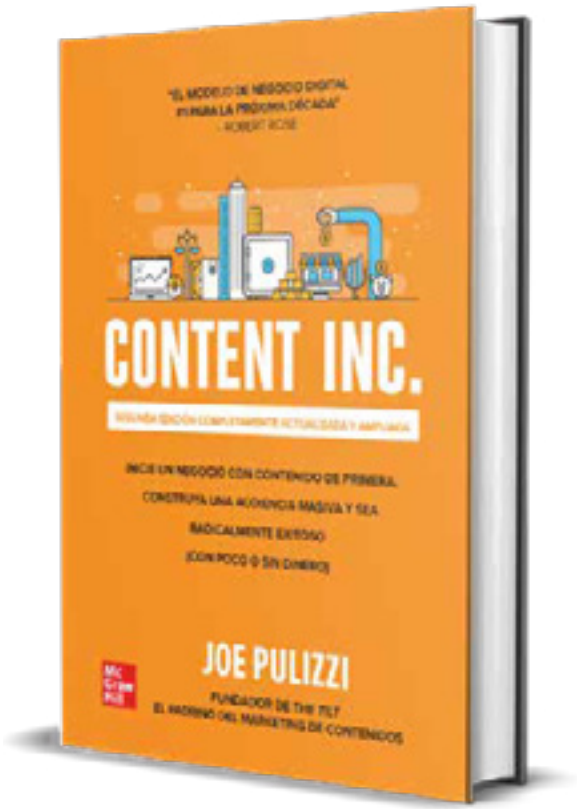
Autor: O'Reilly, Barry
Edición: Priemra
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514424
ISBN Ebook: 9786071514479

Páginas: 240

Sinopsis:
Este sistema transformador muestra a líderes cómo repensar sus estrategias, actualizar sus capacidades y revitalizar sus negocios para lograr un éxito más fuerte y duradero. Pero una vez que comience a confiarse de los logros pasados o se quede atascado en pensamientos y prácticas obsoletas que ya no funcionan, debe dar un paso atrás y desaprender. Este marco innovador y práctico, del entrenador ejecutivo Barry O'Reilly, le muestra cómo romper el ciclo de comportamientos que fueron efectivos en el pasado, pero que ya no son relevantes en el clima comercial actual, o que ahora limitan o incluso pueden obstaculizar su éxito. Con este sencillo, pero poderoso sistema de tres pasos descubrirá cómo: 1. Desaprenda los comportamientos y las mentalidades que le impiden a usted y a sus negocios avanzar. 2. Vuelva a aprender nuevas habilidades, estrategias e innovaciones que están transformando el mundo todos los días. 3. Rompa los viejos hábitos y pensamientos abriéndose a nuevas ideas y perspectivas para lograr resultados extraordinarios. Repleto de anécdotas identificables y ejemplos del mundo real, este recurso único lo guía a través de cada paso del proceso de desaprendizaje. Este libro lo ayudará a dejar atrás el pasado y alentará a sus equipos y organización a hacer lo mismo. Cuando piense en grande pero comience con poco, elija el coraje sobre la comodidad y sienta curiosidad por enfrentar la incertidumbre, puede alcanzar nuevos niveles de éxito que nunca soñó que fuera posible. Los buenos líderes saben que necesitan aprender continuamente. Pero los grandes líderes saben cuándo desaprender el pasado para tener éxito en el futuro. Este libro te muestra el camino.

Contenido:
Introducción: El notable poder del desaprendizaje. Capítulo 1: ¿Por qué desaprender? Capítulo 2: Cómo desaprender. Capítulo 3: Desaprender los obstáculos para desaprender. Capítulo 4: Desaprender. Capítulo 5: Volver a aprender. Capítulo 6: Avance. Capítulo 7: Desaprendizaje y su administración. Capítulo 8: Desaprendizaje con clientes. Capítulo 9: Desaprendizaje con personas y organizaciones. Capítulo 10: Incentivos. Capítulo 11: Desaprendizaje con negocios e innovación de productos. Capítulo 12: Conclusión. Agradecimientos. Notas. Índice.



CONTENT INC

Autor: JOE PULIZZI
Edición: Decima
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071517791
ISBN Ebook: 9786071517807

Páginas: 368

Sinopsis:
El exitoso empresario y comercializador de contenido Joe Pulizzi nunca escuchó a los llamados expertos, y sus negocios han generado millones. En esta edición completamente actualizada y ampliada de Content Inc., Pulizzi muestra cómo cambió el guion para construir la vida de sus sueños. En pocas palabras, comenzó desarrollando contenido valioso, no un producto. Luego, construyó una audiencia en torno a ese contenido y luego creó un producto para esa audiencia.

Contenido:
PARTE 1 COMENZANDO EL VIAJE 1. COMENZANDO CON EL FIN EN MENTE 2. EL FUTURO DEL MODELO CONTENT INC.

PARTE 2 EL PUNTO ÓPTIMO 3. EXPERIENCIA + DESEO 4. INMERSIÓN PROFUNDA EN LA AUDIENCIA

PARTE 3 LA INCLINACIÓN DEL CONTENIDO 5. INCLINACIÓN CUESTE LO QUE CUESTE 6. CÓMO ENCONTRAR Y PROBAR LA INCLINACIÓN 7. FINALIZACIÓN DE LA MISIÓN DE CONTENIDO

PARTE 4 LA BASE 8. HAZ UNA COSA... INCREIBLEMENTE BIEN 9. ELIGIENDO TU PLATAFORMA 10. IMAGINANDO IDEAS 11. EL CALENDARIO DE CONTENIDO 12. ENCONTRAR AYUDA PARA EL CONTENIDO

PARTE 5 CREACIÓN DE AUDIENCIA 13. LA MÉTRICA QUE IMPULSA EL MODELO 14. MÁXIMA CAPACIDAD PARA SER ENCONTRADO 15. ROBANDO AUDIENCIA 16. SELECCIÓN DE REDES SOCIALES

PARTE 6 INGRESOS 17. SOBREVIVIENDO A LA MONETIZACIÓN 18. CONSTRUYENDO EL MODELO DE INGRESOS

PARTE 7 DIVERSIFICA 19. CONSTRUCCIÓN DE EXTENSIONES 20. ADQUIERE BIENES DE CONTENIDO

PARTE 8 VENDE O HAZTE GRANDE 21. PLANEA TU SALIDA 22. EVALUANDO TUS OPCIONES

PARTE 9 EL SIGUIENTE NIVEL DEL CONTENT INC. 23. JUNTÁNDOLO TODO 24. ÚNETE AL MOVIMIENTO

EL ARTE PERDIDO DE CONECTAR

Autor: SUSAN MCPHERSON
Edición: Decima
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071517777
ISBN Ebook: 9786071517784

Páginas: 224

Sinopsis:
La creación de redes a menudo se considera un mal necesario para todos los profesionales que trabajan. Con plataformas de redes sociales como LinkedIn, Twitter, Instagram y Facebook a nuestra disposición, llegar a posibles inversores o empleadores es mucho más fácil. Sin embargo, estas conexiones a menudo se sienten transaccionales, impulsadas por una agenda y deshumanizantes, lo que hace que los profesionales se sientan agotados y estresados.

En cambio, debemos conectarnos a nivel humano y construir relaciones auténticas más allá de asegurar un nuevo trabajo o un nuevo inversionista para su próxima gran idea. Para construir contactos de redes reales y significativos, debemos volver a lo básico, recordando que la tecnología es una herramienta y más que un medio para un fin. Necesitamos aprovechar nuestra humanidad y aprender a ser más intencionales y auténticos.

Como "conector en serie" y experta en comunicaciones, Susan McPherson tiene toda una vida de experiencia en la creación de conexiones genuinas dentro y fuera del trabajo.

Contenido:
PARTE I REÚNASE 1. ¡AYUDA, NO CONOZCO A NADIE! 2. INVITA PARA QUE TE INVITEN 3. UBICACIÓN, UBICACIÓN, UBICACIÓN 4. LLAMADAS POR ZOOM, MENSAJES DIRECTOS, REUNIONES PRESENCIALES Y CORREO NORMAL. ¡OH, DIOS MÍO! 5. EL EFECTO CONSTELACIÓN

PARTE II PREGUNTE 6. ¿CÓMO PUEDO AYUDAR? 7. CONOCE LO QUE PEDIRÁS: EL QUIÉN, EL QUÉ Y EL DÓNDE PARA OBTENER LO QUE QUIERES 8. TONO PERFECTO 9. ¡HABLA! UNA GUÍA PARA INTROVERTIDOS 10. COMUNICACIÓN 101

PARTE III HAGA 11. EL ARTE DEL SEGUIMIENTO 12. REPARTE LA RIQUEZA 13. SIN FINES DE LUCRO 14. SIEMPRE TOMA LA REUNIÓN E INNOVA EN ELLA

EL PODER DE INSTAGRAM.

Construye tu marca y llega a más clientes a través del impacto visual.

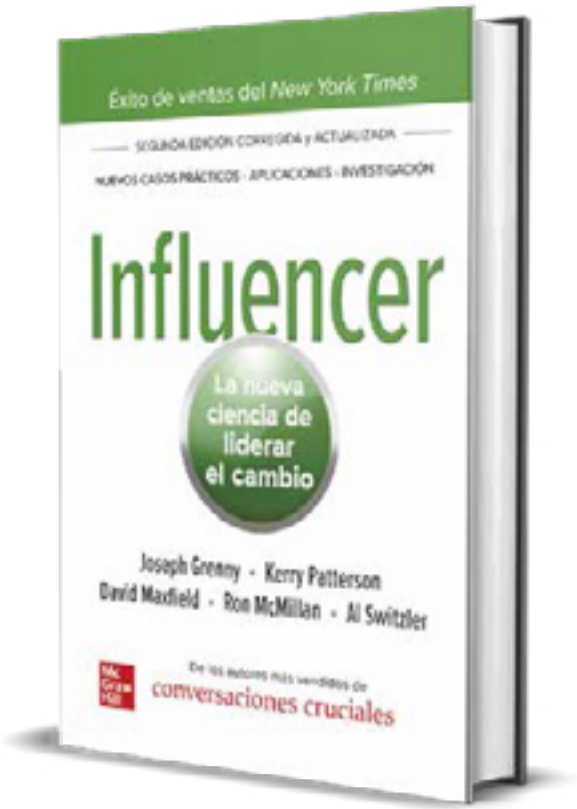
Autor: Miles, Jason
Edición: Primera
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514516
ISBN Ebook: 9786071514509

Páginas: 288

Sinopsis:
popular actualmente. Mientras que otros sitios sociales están disminuyendo en popularidad, Instagram está más de moda que nunca y no muestra signos de enfriarse en el corto plazo. Los usuarios y anunciantes han demostrado gran interés en la plataforma. Con más funciones y capacidades de marketing que nunca, Instagram es un canal que los vendedores inteligentes deben ocupar.Llena de estrategias comprobadas de los principales expertos de Instagram, esta edición actualizada de INSTAGRAM POWER lo guía a través de los pasos para configurar su cuenta, los métodos de monetización accionables que puede usar y cómo integrar la plataforma de redes sociales en su enfoque de marketing completo. Con 15 subsecciones y revisiones de capítulos nuevos, el libro le muestra cómo aprovechar todas las nuevas funciones, incluidas Insights, IGTV, Publicaciones que pueden comprarse, Historias y Anuncios de Instagram. Descubrirás cómo: Aprovechar Instagram para construir y fortalecer su marca comercial o personal. Diseñar un plan de marketing efectivo para la plataforma. Vender directamente en Instagram con publicaciones que se pueden comprar. Esta guía ofrece una hoja de ruta para lograr el éxito de marketing de Instagram.

Contenido:
Expresiones de gratitud. Introducción. Parte I: P = Preparación para el éxito. Paso 1: Únete a Instagram y obtén tu perfil comercial. Paso 2: Dominar la funcionalidad básica. Paso 3: Dominar las historias de Instagram e IGTV. Paso 4: Hashtags maestros. Paso 5: un paso lateral para organizaciones sin fines de lucro, comercializadores locales y proveedores de servicios. Parte II: O = Organiza tu mensaje. Paso 6: Cree su plan de contenido. Paso 7: Use la Lista de verificación de acciones diarias para reunir a su tribu Paso 8: Construya su equipo de soporte de Instagram. Parte III: W = WOW ELLOS CON MARKETING EFICAZ. Paso 9: Secretos maestros de redacción para Instagram. Paso 10: use disparadores de compromiso. Paso 11: Ejecute concursos y use regalos regularmente. Paso 12: vender directamente en Instagram. Paso 13: use campañas de varios pasos y contenido generado por el usuario. Parte IV: E = Expandir con publicidad e influenciadores. Paso 14: Comience a anunciarse en Instagram. Paso 15: Amplíe su publicidad con la ayuda de la agencia. Paso 16: Comience a trabajar con influenciadores. Paso 17: conviértete en un influyente. Parte V: R = Refinar y optimizar. Paso 18: use las herramientas para expandir. Paso 19: Obtenga entrenamiento y capacitación continua. Conclusión. Índice.



INFLUENCER.
La nueva ciencia de liderear el cambio

Autor: Grenny, Joseph; Patterson, Kerry; Maxfield, David; McMillan, Ron; Switzler, Al
Edición: Segunda
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514493
ISBN Ebook: 9786071514486

Páginas: 336

Sinopsis:
Ya sea un CEO, un padre o simplemente una persona que quiera hacer una diferencia, probablemente desearía tener más influencia con las personas en su vida. Pero la mayoría de nosotros dejamos de intentar que el cambio suceda porque creemos que es demasiado difícil, si no imposible. Aprendemos a hacer frente en lugar de aprender a influir. De los autores más vendidos que enseñaron al mundo cómo tener Conversaciones Cruciales, llega la nueva edición de Influencer, un libro que invita a la reflexión que combina los notables conocimientos de los científicos del comportamiento y los líderes empresariales con las asombrosas historias de personas influyentes de todos los ámbitos de la vida. Se le enseñará todos y cada uno de los pasos del proceso de influencia, incluidas estrategias sólidas para hacer que el cambio sea inevitable en su vida personal, su negocio y su mundo. Aprenderás a: Identificar comportamientos de alto apalancamiento que conducen a un cambio rápido y profundo. Aplicar estrategias para cambiar pensamientos y acciones. Seis fuentes de influencia para hacer el cambio inevitable. Influencer lo lleva a un fascinante viaje de San Francisco a Tailandia y a Sudáfrica, donde verá cómo “personas dentro de lo común” están haciendo mejoras increíblemente significativas para resolver problemas que otros pensarían imposibles.

Aprenderá cómo las personas inteligentes hacen el cambio no solo factible y sostenible, sino inevitable. Descubrirá formas innovadoras de cambiar los comportamientos clave que conducen a una mayor seguridad, productividad, calidad y servicio al cliente. No importa quién sea o lo que haga, nunca aprenderá un conjunto de principios y habilidades más valioso o importante. Una vez que aproveche el poder de la influencia, puede alcanzar y ayudar a otros a trabajar de manera más inteligente, crecer más rápido, vivir, verse y sentirse mejor, e incluso salvar vidas. El cielo es el límite . . . para un influencer.

Contenido:
Agradecimientos. Parte 1. La nueva ciencia de liderar el cambio. 1. El liderazgo es influencia. 2. Las tres claves para influir. 3. Encuentra comportamientos vitales. Parte 2. Involucra a seis fuentes. 4. Ayúdalos a amar lo que odian. 5. Ayúdalos a hacer lo que no pueden. 6. Proporcionales motivación. 7. Proporcionales ayuda. 8. Cambia su economía. 9. Cambia su espacio 10 Conviértete en un influencer. Referencias. Índice.

LA PARADOJA DE LA PRODUCTIVIDAD EN LA ERA DEL CONOCIMIENTO

Autor: Heitman, William F.
Edición: Tercera
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514905
ISBN Connect: 9786071514899

Páginas: 352

Sinopsis:
Desbloquee el verdadero potencial de su empresa eliminando el desperdicio de conocimiento que se esconde a simple vista. En 1987, el premio Nobel Robert Solow bromeó: “Se puede ver la era de la computadora en todas partes, excepto en las estadísticas de productividad”. Esta costosa condición pronto se conoció como la “paradoja de la productividad”. ¿Por qué persiste hoy? ¿Por qué los trabajadores del conocimiento pasan un tercio de sus días en correcciones innecesarias, trabajos evitables y servicios excesivos, a pesar de la tecnología de oficina existente que podría ayudar, incluso automatizar, sus acciones? ¿Y por qué nadie se da cuenta? Las respuestas y las soluciones se encuentran en este libro. Knowledge Work Factory descubre los desperdicios bien intencionados que se esconden a la vista en prácticamente todas las organizaciones. Revela los prejuicios perceptuales arraigados que engañan a nuestros cerebros para que acepten el status quo y pierdan oportunidades de avance. Traza paralelos sorprendentes con la producción industrial, que descifró este mismo código hace más de 100 años. Lo más importante es que le brinda una guía fácil de seguir para aumentar la eficiencia, la productividad y la moral entre los mismos trabajadores del conocimiento que luchan bajo la carga de la paradoja de la productividad. Descubra la verdadera capacidad sin explotar de su organización. Maximice la productividad de cada trabajador del conocimiento.

Contenido:
Introducción: solo otro día en la oficina. Parte I: El problema. Capítulo 1: ¿Dónde se esconden los desechos de cuello blanco? ¡A la vista! Capítulo 2: ¿Notó que sus activos más valiosos han cambiado? Capítulo 3: Cómo llegamos aquí: el largo viaje a la miopía. Parte II: La solución. Capítulo 4: Encontrar y arreglar los puntos ciegos más grandes de su empresa. Capítulo 5: Transformando su negocio en una fábrica de conocimiento y trabajo. Capítulo 6: ¿Cuál es la capacidad de su fábrica de conocimiento y trabajo? Capítulo 7: Reconocimiento de los “Productos ocultos” que construye su fuerza laboral. Capítulo 8: Construyendo su propia fábrica de trabajo de conocimiento. Parte III: La Turbocarga. Capítulo 9: Optimización de su conocimiento Trabajo Líneas de ensamblaje. Capítulo 10: Análisis y simplificación de las actividades de trabajo del conocimiento. Capítulo 11: Turbocharging Your Knowledge Work Factory. Capítulo 12: Gestión de la industrialización. Notas finales. Índice.

LA PROMESA DEL BITCOIN

Autor: BOBBY C. LEE
Edición: Decima
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071517814
ISBN Ebook: 9786071517821

Páginas: 304

Sinopsis:
En este libro, Bobby C. Lee, uno de los primeros y más exitosos pioneros en el campo de las criptomonedas, desacredita los mitos y disipa los temores que rodean al Bitcoin, argumentando que este sistema lógico y racional es superior a los sistemas monetarios tradicionales. Cita señales de la aceptación en ascenso del Bitcoin: una creciente comunidad de usuarios en todo el mundo y múltiples iniciativas para invertir y mantener el Bitcoin entre las principales organizaciones de servicios financieros e inversores institucionales que controlan billones en activos.

Contenido:
1. EL NACIMIENTO DEL BITCOIN: EL GENIO DE SATOSHI
2. LOS TRES JINETES: MINERÍA, WALLETS Y EXCHANGES
3. EL VIENTRE OSCURO DE LA BESTIA FIDUCIARIA
4. POR QUÉ LOS REGULADORES ESTÁN ALENTANDO LA ADOPCIÓN, PERO NO DEBERÍAN
5. PONIÉNDONOS FILOSÓFICOS: EL DINERO ES UN DERECHO NATURAL
6. UNA INDUSTRIA EN EVOLUCIÓN
7. SUGIERO QUE IGNORES LA TURBULENCIA
8. EL BITCOIN ES MENOS VULNERABLE DE LO QUE CREES
9. OTROS CINCO MIEDOS DECONSTRUIDOS: FDIC, PÉRDIDAS, REGULACIÓN, MINERÍA Y GOBIERNO
10. UNA MEJOR MANERA DE HACER NEGOCIOS
11. CÓMO INVERTIR: EL MUNDO DE LOS EXCELENTES RECURSOS DE BITCOIN
12. BITCOIN SOLO IRÁ HACIA ARRIBA
13. QUINCE PREDICCIONES PARA EL MUNDO DE LAS CRIPTOMONEDAS

LAS LEYES DE LA MARCA:
El storytelling

Autor: Ekaterina Walter y Jessica Gioglio
Edición: Primera
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514455
ISBN Ebook: 9786071514462

Páginas: 288

Sinopsis:
De los autores más vendidos de The Power of Visual Storytelling viene el muy esperado seguimiento, The Laws of Brand Storytelling. Este libro de lectura rápida habla cómo usar el poder de la narración de historias para conquistar los corazones, las mentes y la lealtad a largo plazo de los clientes. ¿Hemos estado compartiendo historias desde el comienzo de la civilización humana? ¿Por qué? Las historias cautivan nuestra atención y construyen comunidades al traer ideas, emociones y experiencias a la vida de una manera memorable. Esto está demostrando ser una estrategia cada vez más potente en la era del consumidor digital conectado. Con los consumidores más capacitados que nunca, su marca ya no es lo que usted dice que es, es lo que los consumidores dicen que es. Como resultado, capturar los corazones y las mentes de los clientes hoy en día requiere que las empresas prioricen las conexiones emocionales con los clientes, estén en el momento, tengan conversaciones auténticas, compartan historias relevantes e inspiradoras que motiven a las personas a realizar una acción especifica. ¿Cómo? Siguiendo estas leyes: Las leyes del protagonista: saber quién eres. Las leyes estratégicas: comprender sus objetivos. Las leyes de descubrimiento: encontrar tu historia. Las leyes de creación de historias: crear tu historia. Las leyes del canal: compartir tu historia. Las leyes de compromiso: interactuar con sus comunidades. Repleto de sugerencias inspiradoras, estrategias e historias de dos innovadores de marketing líderes, The Laws of Brand Storytelling muestra a los líderes empresariales y profesionales de marketing que la narración tiene un impacto positivo y diferenciar su negocio. Los autores establecen un proceso paso a paso para definir quién es usted como marca, establecer una estrategia clara y obtener las mejores historias para su negocio.

Contenido:
Introducción: ¿Qué es Brand Storytelling? Capítulo 1: Las leyes del protagonista: saber quién eres. Capítulo 2: Las leyes estratégicas: Comprenda sus objetivos. Capítulo 3: Las leyes de descubrimiento: encuentra tu historia. Capítulo 4: Las leyes de creación de historias: crea tu historia. Capítulo 5: Las leyes del canal: comparte su historia. Capítulo 6: Las leyes del compromiso: interactúe con sus comunidades. Capítulo 7: Oh, una ley más: haz la tuya. Conclusión. Expresiones de gratitud. Notas. Índice.

LEAN SIX SIGMA:
En la era de la inteligencia artificial

Autor: George, Michael L. Sr
Edición: Primera
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514530
ISBN Ebook: 9786071514523

Páginas: 304

Sinopsis:
las operaciones al siguiente nivel: Inteligencia Artificial. “Cualquiera que sea la industria, hay un ejecutivo con la determinación de aplicar la inteligencia artificial para lograr el crecimiento más rápido, los mayores retornos de inversión, para dominar esa industria.” Combine el poder de IA y LSS para aprovechar la ventaja competitiva de forma rápida, decisiva y permanente. Desde 2001, los líderes empresariales han estado utilizando Lean Six Sigma (LSS) para impulsar mejoras en todas las industrias, permitiendo a sus compañías reducir el tiempo del ciclo y el desperdicio, mejorando así los ingresos y las ganancias. Ahora finalmente pueden desbloquear todo el potencial de su compañía combinando LSS e IA. En Lean Six Sigma en la Era de la Inteligencia Artificial, el experto más respetado del mundo en LSS, Michael L. George, Sr., muestra cómo aprovechar el poder de la tecnología que promete cambiar todo como lo conocemos, la Inteligencia Artificial, a dramáticamente mejorar cualquier programa de gestión de LSS. Esta guía de cambio de juego lo lleva a través del proceso de uso de IA para desbloquear la velocidad máxima, resolver desafíos complejos de fabricación, reducir el desperdicio, aumentar las ganancias de la compañía y, en última instancia, flanquear a su competencia en cada paso. Con Lean Six Sigma en la Era de la Inteligencia Artificial, llevará este enfoque revolucionario a sus límites, y eso marcará la diferencia entre el éxito y el fracaso empresarial en las próximas décadas.

Contenido:
Nota del autor. El cerebro: inspiración para la red neuronal y el aprendizaje profundo. Capítulo 1: La minería de datos de IA guía un cambio de EBITDA. Capítulo 2: El desperdicio que solo la inteligencia artificial puede eliminar. Capítulo 3: El desafío de la productividad del siglo XXI. Capítulo 4: ¿Por qué se necesita la cuarta revolución industrial ahora? Capítulo 5: Minería de datos de IA, flujo de producto y tiempo de ciclo. Capítulo 6: Resumen ejecutivo de la cuarta revolución de fabricación. Capítulo 7: Introducción al aprendizaje profundo en la fabricación. Capítulo 8: Aplicaciones específicas del aprendizaje profundo en la fabricación Capítulo 9: Desarrollo del sistema IA Pull. Capítulo 10: Realización de una evaluación de preparación de IA. Capítulo 11: AI Lean Six Sigma en Industrias de Procesos. Capítulo 12: IA en mantenimiento predictivo para evitar el tiempo de inactividad de la máquina Capítulo 13: IA en gestión de proyectos y desarrollo de productos. Notas finales. Índice.

LOS DIÁLOGOS DE MADOFF

Autor: JIM CAMPBELL
Edición: Decima
Año: 2020

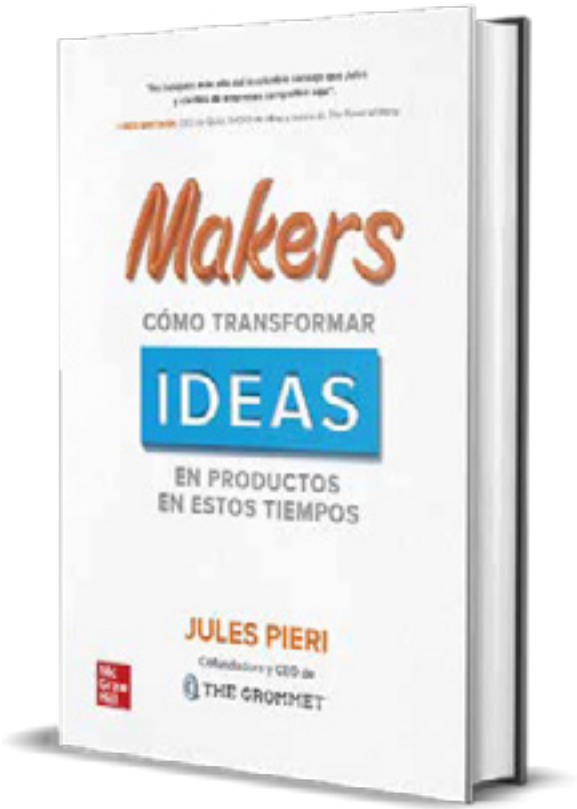
ISBN Impreso: 9786071517753
ISBN Ebook: 9786071517760

Páginas: 352

Sinopsis:
En Los Diálogos de Madoff, el autor Jim Campbell presenta el relato interno más completo de la saga Madoff hasta la fecha. Basado en entrevistas exclusivas con todos los jugadores: la familia Madoff y sus asociados, los corredores y traficantes de Wall Street, el ejército de abogados, analistas e investigadores, las víctimas del esquema y el propio Bernie Madoff, el libro revela:

- Qué motivó a un financiero respetado a cometer un fraude tan masivo y por qué pensó que podría salirse con la suya.
- Cómo Madoff logró mantener el esquema oculto a plena vista, a pesar de numerosas investigaciones de la SEC.
- Los impactantes fracasos de la supervisión de Wall Street, y como podría volver a pasar.
- La verdadera escala de las pérdidas de inversión y la lucha constante de las víctimas por la justicia.
- Lo que Ruth Madoff y el resto de la familia sabían— y cómo destrozó sus vidas.

Contenido:
1. LA CAÍDA DE MADOFF. Los últimos días
2. EL ASCENSO DE MADOFF. El Bernie legítimo o la “fachada del restaurante”
3. EL CAMINO DE MADOFF A PONZI. ¿Por qué lo hizo Madoff?
4. EL MÁS GRANDE Y LARGO ESQUEMA PONZI DE LA HISTORIA. ¿Cómo lo hizo Madoff?
5. EL FRACASO SISTÉMICO. Los denunciantes y el fracaso de los reguladores financieros
6. EL RASTRO DEL DINERO. Los investigadores forenses y el fracaso de Wall Street
7. EL ABUSO DEL PODER. La SIPC, el fideicomisario de recuperación de Madoff y las víctimas
8. LA FAMILIA MADOFF. ¿Ellos sabían?
9. EL ELUSIVO MADOFF. De rey de Wall Street a preso 61727054
10. NUNCA MÁS. No más esquemas Ponzi (y las grandes conspiraciones que se le escaparon al Gobierno)



MAKERS:
Cómo transformar ideas en productos en estos tiempos

Autor: Pieri, Jules
Edición: Primera
Año: 2020

ISBN Impreso: 9786071514431
ISBN Ebook: 9786071514448

Páginas: 336

Sinopsis:
Esta guía muestra paso a paso a los empresarios cómo crear y lanzar nuevos productos, paquetes y mercados para los consumidores, construir un negocio próspero. ¿Tienes una idea para un negocio pero no sabes por dónde empezar? Gracias al Internet de alta velocidad, la tecnología que cambia el juego y las nuevas plataformas innovadoras, puede pasar de la idea al lanzamiento. Con un presupuesto reducido y unirse al creciente movimiento de fabricantes exitosos que han construido sus negocios desde cero. En cómo hacemos las cosas ahora, Jules Pieri, cofundador y CEO de The Grommet, una plataforma de lanzamiento de productos que ayuda a productos innovadores a llegar a una comunidad de millones, lo guía a través de cada paso del proceso de creación de productos de consumo. Aprender como: Desarrollar una idea con visión y corazón. Aproveche las fuentes de experiencia establecidas. Formule y refine su plan de negocios. Diseñe un producto desde el prototipo hasta la perfección. Encuentra los fondos que necesitas para lanzar tu negocio. Explore opciones innovadoras de empaque, fabricación y distribución. Comercialice su producto a través de las redes sociales y sitios en línea. Administre sus finanzas e inventario para maximizar las ganancias.
Encontrarás casos de estudio fascinantes de startups exitosas y descubrirá cómo los emprendedores más inteligentes superan obstáculos, resuelven desafíos.

Contenido:
Agradecimientos. Introducción. Parte I. Comenzando Su Negocio. 1. Breve Historia De Productos De Consumo. 2. ¿De Dónde Vienen Las Grandes Ideas? 3. Educando Al Nuevo Emprendedor. 4. Explotación De Experiencia Establecida. 5. Investigación De Mercado. Parte II. Construyendo Las 16 Competencias. Para El Éxito. 6. Diseño Y Documentación. 7. Propiedad Intelectual. 8. Creación de prototipos. 9. Acceso A La Industria Y Exposición. 10. Financiación. 11. Fabricación. 12. Desarrollo de empaques. 13. Marketing. 14. Distribución Al Por Menor. 15. Directo Al Consumidor (Dtc). 16. Logística. 17. eCommerce y pagos. 18. Experiencia del Cliente. 19. Gestión Financiera. 20. Gestión de Inventario. 21. Crecer Hacia El Futuro. Conclusión. Notas. Índice.

ME GUSTA: Redes Sociales.

Cómo encantar a tus clientes y crear una marca atractiva para las redes sociales

Autor: Kerpen, Dave
Edición: Tercera
Año: 2020

ISBN Ebook: 9786071514868
ISBN Ebook: 9786071514882

Páginas: 320

Sinopsis:
Ni Mark Zuckerberg, ni Jack Dorsey, ni Evan Spiegel, ni ningún CEO vinculado a las redes sociales podría haber imaginado en lo qué las redes se convertirían algún día. En su transformación con el uso cotidiano, se crearon muchas complicaciones, incluso han afectado nuestras habilidades interpersonales e incluso nuestras decisiones de compra. Las redes sociales son como la fiesta de “coctel” más grande del mundo, donde se puede escuchar a otros hablando y unirse a las conversaciones con otras personas sobre cualquier tema de su elección. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Pinterest y otros sitios y herramientas de redes sociales, están innovando y cambiando más rápido que cualquier otra tecnología de comunicaciones en la historia de la humanidad. Por ello es importante comprender los conceptos básicos sobre cómo cada especialidad de la red funciona y cómo los vendedores y las empresas pueden mejorar para provechar cada sitio. De esto se trata el libro Me gusta. Redes sociales...

Contenido:
1. Escuche primero y nunca deje de escuchar, 2. Más allá de “Mujeres de 25 a 54 años”: defina su público objetivo mejor que nunca, 3. Utilice los anuncios de redes sociales para un impacto mucho mayor, 4. Piense y actúe como su consumidor, 5. Invite a tus clientes a ser sus primeros fanáticos, 6. Involucrarse: crear un verdadero diálogo con sus clientes y entre ellos, 7. Responda rápidamente a todos los malos comentarios, 8. Responda también a los buenos comentarios, 9. Sea auténtico, 10. Sea honesto y transparente, 11. ¿Debe hacer muchas preguntas?, 12. Proporcione valor (¡Sí, gratis!), 13. Comparta historias (¡son su moneda social!), 14. Inspire a los clientes e influencers a compartir sus historias, 15. Integre las redes sociales en toda la experiencia del cliente, 16. Admita cuando meta la pata, y luego aproveche sus errores, 17. Entregue constantemente emoción, sorpresa y deleite, 18. ¡No venda! Simplemente hágalo fácil y convincente para que los clientes compren.

(Re)invéntate.

El poder de (re)iniciar, (re)imaginarlo todo y co crear.

Autor: Armando Regil Velasco
Edición: Primera
Año: 2022

ISBN Impreso: 9786071515964
ISBN Ebook: 9786071515971

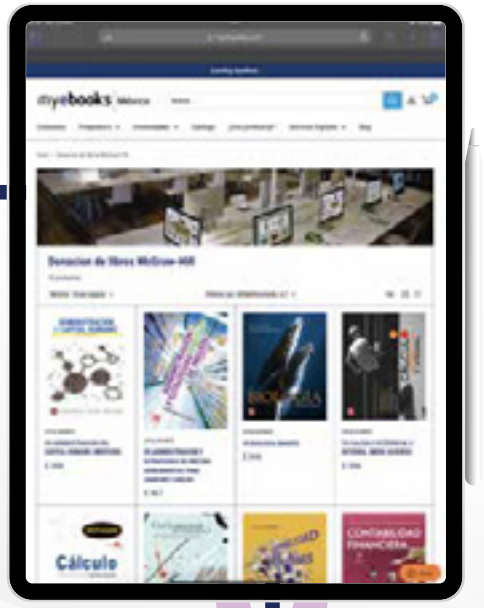
Páginas: 208

Sinopsis:
La disrupción que vivimos está alterando todo, provocando una (RE)configuración global. Muchos paradigmas están colapsando y nuevos están emergiendo. Ante esta realidad, el desafío es (RE)inventarnos, lo que significa abrazar una vida nueva que nos permita (RE)iniciar y (RE)imaginarlo todo. ¿Cómo cambiar nuestra mentalidad para ser más creativos y poder innovar exponencialmente?
Con su innovadora propuesta, el autor nos invita a emprender un viaje para transformarnos y transformar la realidad, a (RE)descubrir nuestro poder interior, (RE)valorar nuestro propósito, (RE)conectar con la naturaleza y entre nosotros, (RE)abrir espacio para la co-creación, (RE)considerar acelerar el liderazgo creativo y la innovación, (RE)conquistar nuestra libertad interior, (RE)imaginar y (RE)diseñar nuestros sistemas y (RE)vivir la esperanza.
Este libro nos muestra un camino para abrir espacio a una nueva forma de pensar, actuar, vivir, emprender, innovar, relacionarnos y prosperar juntos: co-creando.

Armando Regil Velasco, autor de tres libros, es uno de los diez potencialistas en México, conferencista internacional (TEDx Speaker), miembro de la Red de Expertos del World Economic Forum y de Geopolitical Intellingence Services; columnista en distintos y prestigiados medios de comunicación. Es también fundador y CEO de i2Co: School of Transformative Leadership, escuela de liderazgo creativo, diseño e innovación dedicada a acelerar líderes (en empresas, gobiernos y organizaciones), a través del diseño de experiencias de aprendizaje y transformación personal (MasterClasses y Workshops a la medida) para generar soluciones creativas e innovación exponencial. También es co-fundador y CEO de Data Disrupt for Systems Transformation.

Contenido:
Capítulo 1. (RE)descubrir nuestro poder. Capítulo 2. (RE)latos: un paréntesis en nuestra historia. Capítulo 3. (RE)surgir desde nuestra esencia. Capítulo 4. (RE)invención total: un gesto de esperanza radical. Capítulo 5. (RE)conocer nuevas tendencias para ser y estar mejor. Capítulo 6. Es hora de (RE)imaginarte y (RE)imaginarlo todo.

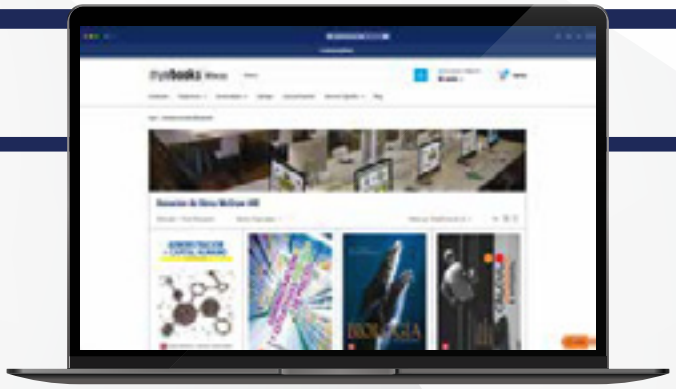
Biblioteca Digital para instituciones educativas que cuentan con el modelo de Donación de libros electrónicos



La modalidad de donación permite a la institución contar con un modelo de biblioteca digital sin que sea necesario ejercer un presupuesto institucional y proporciona a la comunidad académica y estudiantil una herramienta de consulta de contenidos en línea.

Características generales del servicio

- Se desarrolla un portal de donaciones personalizado para la institución sin costo.
- Creación de un portal de biblioteca digital para consulta de los alumnos y profesores sin costo.
- La institución selecciona los títulos de acuerdo con sus necesidades académicas.
- Se entrega un certificado de donación al estudiante para validar los trámites administrativos de titulación.
- Suscripción anual en modalidad monousuario.
- Institución determina monto mínimo del donativo.



Te invitamos a conocer el programa de donación de libros electrónicos, contacta a tu consultor académico:
www.mheducation.com.mx/directoriohighereducationmexico

Próximamente la nueva colección **premium** dentro de tu biblioteca digital...

eBook+

Mc Graw Hill

www.mheducation.com.mx

Síguenos en:

/MHELatam

@MHELatam

@MHELatam

McGraw-Hill Latam