

**Mc
Graw
Hill**

Catálogo de Novedades 2023

HIGHER EDUCATION MÉXICO



Administración de costos. Un enfoque estratégico

Autor: Edward J. Blocher, Paul E. Juras y Steven D. Smith

Edición: Novena

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-1-4562-9363-5

ISBN Ebook: 978-1-4562-9364-2

ISBN Connect: 978-1-4562-9556-1 - acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1299 reactivos.
Smartbook 2.0

OLC con PPT en español, análisis de datos adicionales y contenido de visualización, tutoriales de Excel, manual de solución de Excel, simulaciones de Excel, suplemento de casos y lecturas y problemas de autoaprendizaje.

Páginas: 972



Sinopsis:

La novena edición continúa la tradición de incluir el marco de cinco pasos para la toma de decisiones con un énfasis estratégico en todo el texto. Proporciona extensos ejemplos del mundo real acerca de cómo los sistemas de gestión de costos pueden agregar valor a la organización. Los recuadros de “Enfoque en el mundo real” a lo largo del texto toman organizaciones reales y demuestran la estrategia en acción y el papel que juega la administración de costos en el apoyo a la estrategia de la organización.

Se ha desarrollado material para tareas que refuerza de manera efectiva los conceptos, procedimientos y temas estratégicos presentados en cada capítulo. Tiene una o más asignaciones de fin de capítulo que se enfocan en cuestiones éticas o que tratan con un contexto internacional o un entorno de servicio (es decir, no manufacturero). También incluye ejercicios y problemas que relacionan la cobertura temática con el tema general de la sustentabilidad. Cuando corresponde, los capítulos tienen asignaciones basadas en lecturas de publicaciones periódicas como Strategic Finance, Management Accounting Quarterly, The Wall Street Journal y Harvard Business Review.

Contenido:

Parte 1 INTRODUCCIÓN A LA ESTRATEGIA, LA GESTIÓN DE COSTOS Y LOS SISTEMAS DE COSTOS. 1 Gestión de costos y estrategia. 2 Estrategia de implementación: la cadena de valor, el cuadro de mando integral y el mapa estratégico. 3 Conceptos básicos de administración de costos. 4 Costo del trabajo. 5 Costeo basado en actividades y análisis de rentabilidad del cliente. 6 Proceso de costeo. 7 Asignación de costos: departamentos, productos conjuntos y subproductos. Parte 2 PLANIFICACIÓN Y TOMA DE DECISIONES. 8 Estimación de costos. 9 Planificación de beneficios a corto plazo: análisis de costo-volumen-beneficio (CVP). 10 Estrategia y presupuesto maestro. 11 Toma de decisiones con énfasis estratégico. 12 Estrategia y análisis de inversiones de capital. 13 Planificación de costos para el ciclo de vida del producto: Costeo objetivo, teoría de restricciones y precios estratégicos. Parte 3 CONTROL DE NIVEL OPERACIONAL. 14 Medición del desempeño operativo: ventas, variaciones de costos directos y el rol de las medidas de desempeño no financieras. 15 Medición del desempeño operativo: Variaciones de costos indirectos y gestión de capacidad de recursos. 16 Medición del desempeño operativo: Mayor análisis de productividad y ventas. 17 La gestión y control de la calidad. Parte 4 CONTROL A NIVEL GERENCIAL. 18 Medición del desempeño estratégico: centros de costos, centros de ganancias y el cuadro de mando integral. 19 Medición del desempeño estratégico: Centros de inversión y precios de transferencia. 20 Remuneración de la gerencia, análisis de negocios y valoración de negocios.

Administración estratégica. En busca de la ventaja competitiva

Autor: Arthur A. Thompson, Margaret A. Peteraf, John E. Gamble y A.J. STRICKLAND III

Edición: Vigésimotercera

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2022-7

ISBN Ebook: 978-607-15-2023-4

ISBN Connect: 978-1-4562-9551-6 – acceso 6 meses

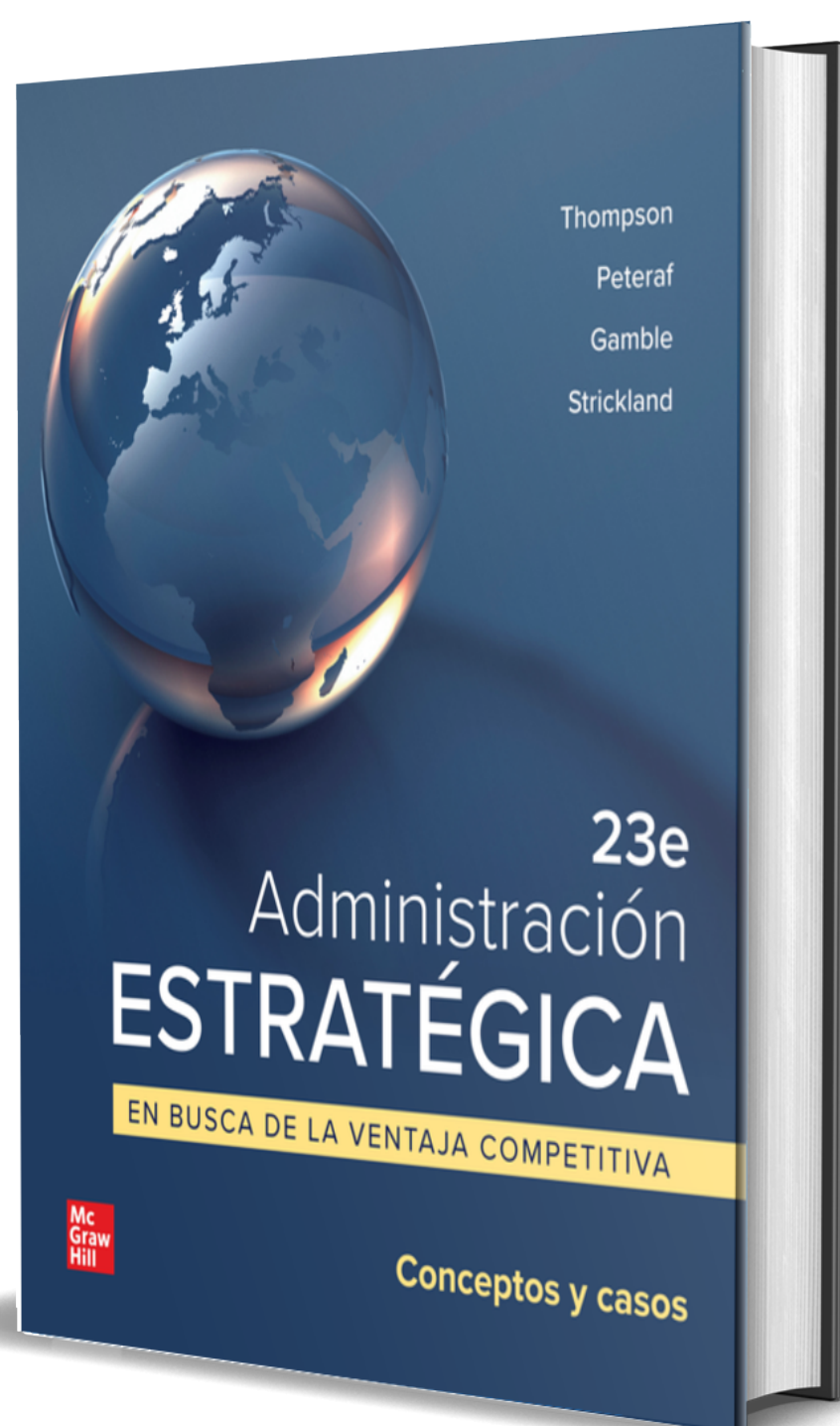
Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 2196 reactivos.

SmartBook 2.0 con 506 OA y 1151 preguntas.

OLC con PPT en español, casos adicionales.

Páginas: 864



Sinopsis:

En esta edición mantenemos los atributos que han convertido al libro en el texto más didáctico del mercado, al tiempo que actualizamos el contenido, mejoramos su presentación y proporcionamos nuevas ilustraciones y ejemplos reveladores. La marca distintiva de la 23ª edición es su presentación enriquecida y animada del material en cada uno de los 12 capítulos, proporcionando una discusión actualizada y absorbente de los conceptos básicos y las herramientas analíticas. Se acompaña de una serie de nuevos e interesantes casos que dan vida al contenido y que provocarán interesantes debates en el aula, profundizando en la comprensión del material por parte de los estudiantes.

Se ha reexaminado, perfeccionado y actualizado cada capítulo, se han añadido decenas de nuevos ejemplos, junto con muchas nuevas cápsulas ilustrativas, para enriquecer la comprensión del contenido y proporcionar a los estudiantes una visión de primera mano de la estrategia en acción. El resultado es un texto que va directo al grano en cuanto a lo que los estudiantes realmente necesitan saber y que ofrece a los instructores una ventaja para enseñar dicho material de forma eficaz. Una característica destacada de este texto ha sido siempre la estrecha relación entre el contenido de los capítulos y los casos.

Contenido:

Parte 1 CONCEPTOS Y TÉCNICAS PARA ELABORAR Y EJECUTAR LA ESTRATEGIA. 1 ¿Qué es la estrategia y por qué es tan importante? 2 Cómo elaborar la dirección de una empresa. 3 Evaluación del entorno de una empresa. 4 Evaluación de los recursos, las capacidades y la competitividad de una empresa. 5 Las cinco estrategias competitivas genéricas. 6 Fortalecimiento de la posición competitiva de una empresa. Movimientos estratégicos, calendario y alcance de las operaciones. 7 Estrategias para competir en mercados internacionales. 8 Estrategia corporativa. La diversificación y la empresa multinegocios. 9 Ética, responsabilidad social de la empresa, sostenibilidad medioambiental y estrategia. 10 Construir una organización capaz de una buena ejecución de estrategias. Personas, capacidades y estructura. 11 Gestión de las operaciones internas. Acciones que promueven una buena ejecución de la estrategia. 12 Cultura corporativa y liderazgo: claves de una buena ejecución de la estrategia. Parte 2 CASOS. 1 Airbnb en 2020. 2 La competencia en la industria de la cerveza artesanal en 2020. 3 Costco Wholesale en 2020: misión, modelo de negocio y estrategia. 4 TOMS Shoes: Ampliación de su exitoso modelo de negocio One For One. 5 La estrategia de lululemon athletica en 2020: ¿Es sostenible el reciente crecimiento de sus tiendas, ingresos y rentabilidad? 6 La estrategia de Under Armour en 2020: ¿Podrá reavivar las ventas y la rentabilidad en su principal mercado norteamericano? 7 Beyond Meat, Inc. 8 La estrategia de Netflix en 2020 para luchar contra sus rivales en el mercado mundial de suscriptores de video en transmisión digital. 9 Twitter Inc., en 2020. 10 La estrategia de Tesla en 2020: ¿Puede ofrecer una rentabilidad sostenida? 11 The Walt Disney Company: Su estrategia de diversificación en 2020. 12 Robin Hood. 13 Starbucks en 2020: ¿Está la empresa en camino de lograr un crecimiento atractivo y la excelencia operativa? 14 Nucor Corporation en 2020: Proseguir los esfuerzos para aumentar las ventas y la participación de mercado a pesar de las difíciles condiciones del mercado.

Derechos humanos. Una visión multidimensional

Autor: Mario I. Álvarez Ledesma

Edición: Primera

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-1975-7

ISBN Ebook: 978-607-15-1976-4

ISBN Connect: 978-607-15-1966-5 – acceso 6 meses

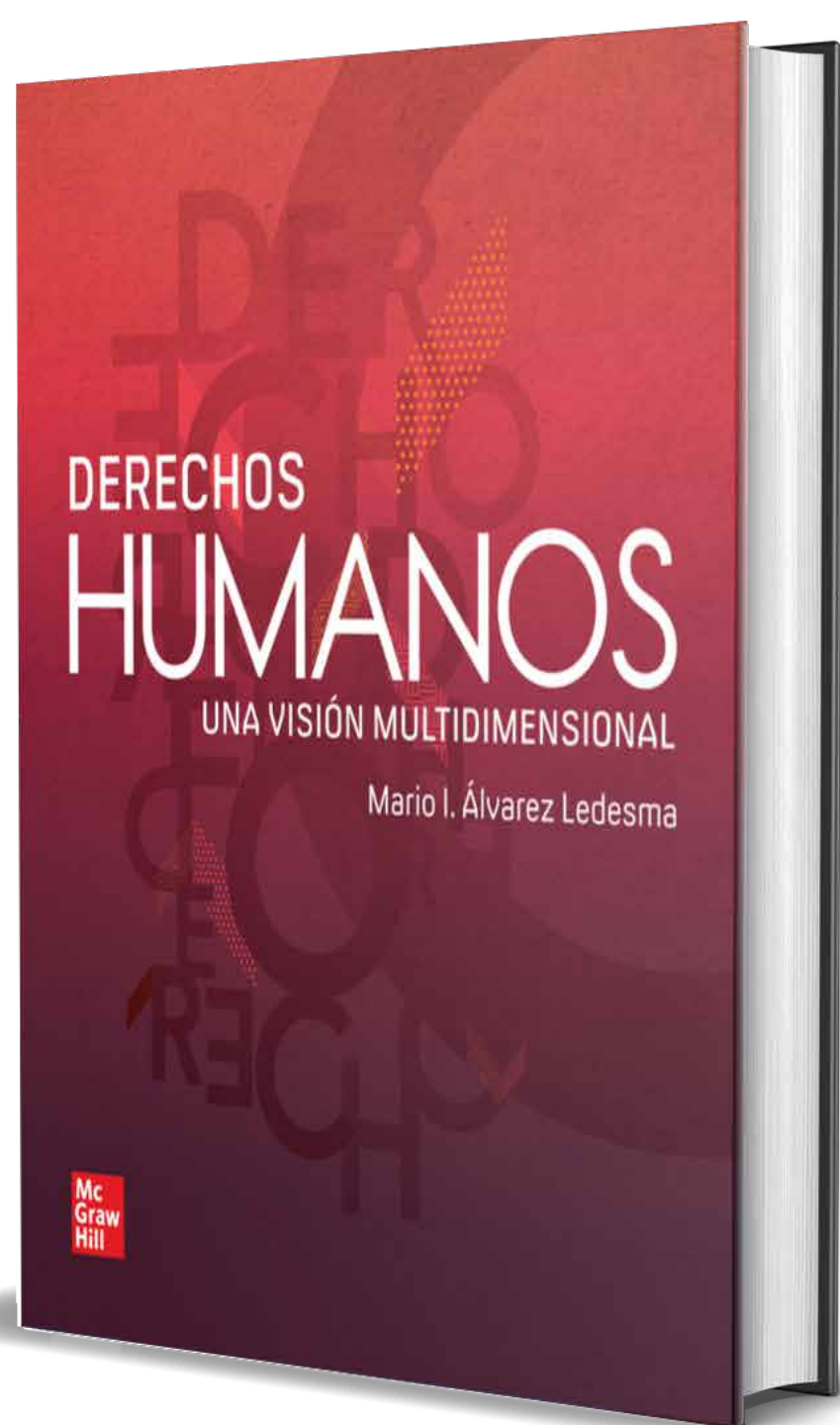
Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 450 reactivos.

SmartBook 2.0

OLC con PPT en español

Páginas: 440



Sinopsis:

Esta obra plantea un concepto y una concepción de los derechos humanos que proporcionan una visión de conjunto del fenómeno multidimensional que comportan, analizándolos de forma integral y como el producto de la evolución de una noción de filosofía política acuñado por autores iusnaturalistas-contractualistas de los siglos XVII y XVIII. Esta concepción y el libro que la desarrolla constituyen el resultado de la aplicación lingüístico-filosófica del instrumental del llamado segundo Wittgenstein al concepto de derechos humanos.

Si bien este texto posee carácter iniciático, no por ello es un tratado trivial que se limita a decir que los derechos humanos son muy importantes apelando a la emocionalidad y los lugares comunes. Los derechos humanos son importantes no porque permiten adoptar una posición política o socialmente correcta, sino porque constituyen un criterio de justicia de orden filosófico, fundado en buenas razones que permiten afirmar la agencia moral de las personas y, por ende, la necesidad de tratarlas siempre como fines en sí mismos.

Este libro está pensado para ser apoyo y herramienta de quienes quieran aprender la justicia de los derechos humanos desde su enfoque como teoría de la justicia. Es decir, que además de ofrecer una visión multidimensional de estos derechos (filosófico-político-jurídica), pretende hacer entender que los derechos humanos, a final de cuentas, son un punto de vista de lo justo; quizás el más acabado que la humanidad se ha dado hasta la fecha, pero en última instancia sólo un punto de vista de lo moralmente correcto, el cual está en permanente discusión y evolución.

Puede ser leído y consultado por cualesquier alumnos, sean éstos de Derecho, Sociología, Relaciones Internacionales, Economía, Ciencias Políticas, Periodismo, Ciencias de la Comunicación, Filosofía e, inclusive, para aquellos que decidan, desde otras disciplinas (como las ciencias administrativas o médicas, por ejemplo) acercarse por razones académicas o de otro tipo a los derechos humanos.

Contenido:

Capítulo 1 Los derechos humanos como teoría de la justicia. Capítulo 2 La concepción multidimensional de los derechos humanos. Capítulo 3 La dimensión jurídica de los derechos humanos. Capítulo 4 Dimensión jurídica nacional: la protección de los derechos humanos en México. Capítulo 5 Dimensión Internacional de los Derechos Humanos.

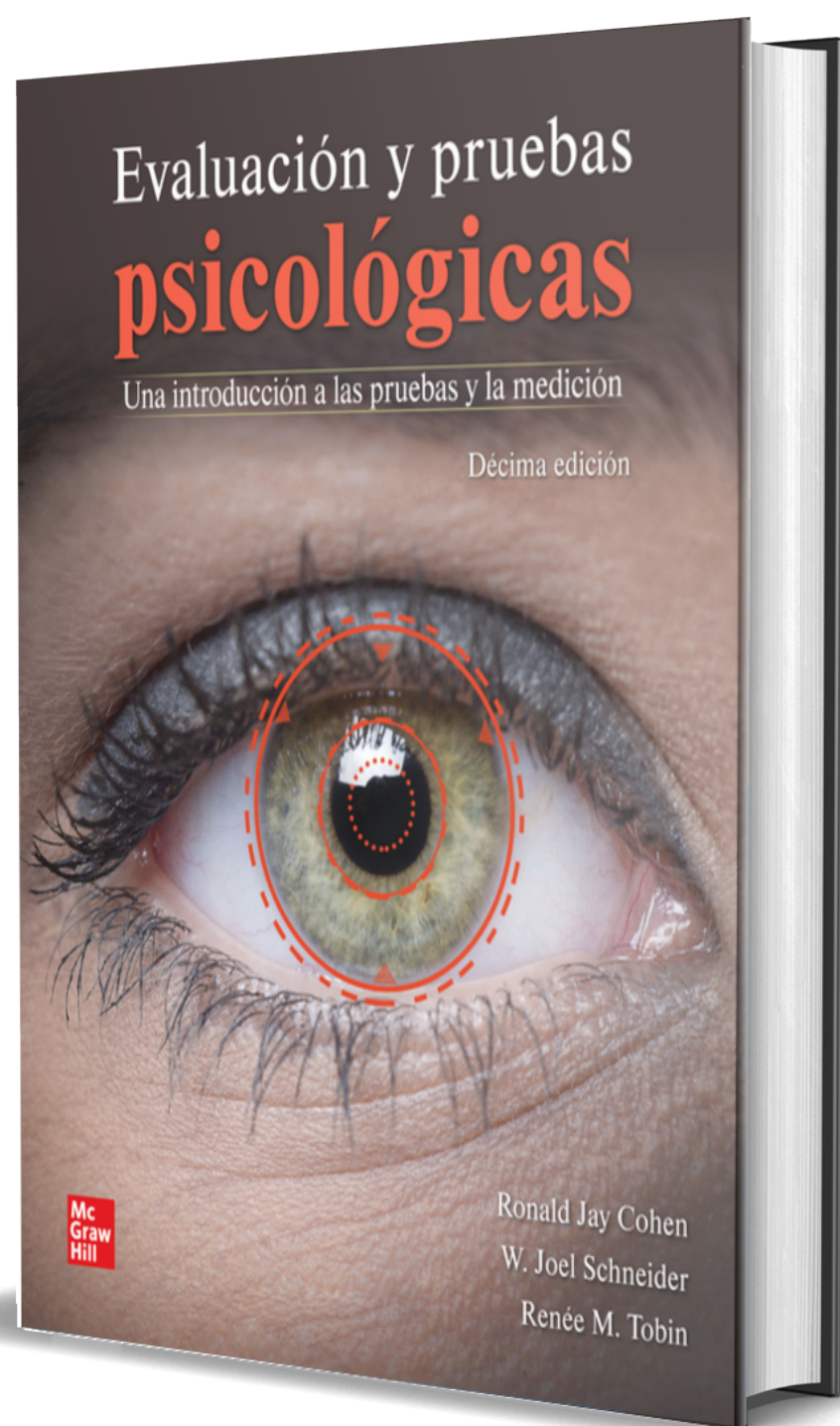
Evaluación y pruebas psicológicas. Una introducción a las pruebas y la medición

Autor: Ronald Jay Cohen, W. Joel Schneider y Renée Tobin
Edición: Décima
Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2034-0
ISBN Ebook: 978-607-15-2035-7
ISBN Connect: 978-607-15-1995-5 – acceso 6 meses

Recurso digital:
Connect® Banco de preguntas con 2068 reactivos.
SmartBook 2.0 con 702 OA y 1837 preguntas.
OLC con PPT en español

Páginas: 656 páginas



Sinopsis:

La aplicación de pruebas psicológicas es un proceso que puede ser impersonal, poco creativo, sin inspiración, rutinario e, incluso, robótico. En contraste, la evaluación psicológica es un proyecto humano, dinámico, hecho a la medida, creativo y de colaboración. En nuestro caso, aprovechamos cualquier oportunidad para ilustrar el material del curso dándole un rostro humano y proporcionando ejemplos prácticos, "de todos los días", sobre los principios y procedimientos que están en operación.

En esta décima edición, concentramos nuestra atención y esfuerzo en crear un texto que sumerja e involucre a los estudiantes en las lecturas asignadas. Además de preguntas de pensamiento crítico y generativo destacadas en el texto, otros auxiliares pedagógicos del libro incluyen caricaturas, ilustraciones y acrónimos originales, todos ellos creados por los autores. Tiene una cobertura única de evaluación de la inteligencia y la personalidad, al igual que sobre la evaluación para múltiples aplicaciones (que van desde las neurológicas hasta las empresariales y organizacionales).

En esta edición hemos aprovechado el conocimiento de primera mano de expertos en evaluación psicológica de todo el mundo que han escrito ensayos breves para las secciones Primer plano, Psicometría cotidiana o Conozca a un profesional de la evaluación. Cada capítulo termina con una Autoevaluación que los estudiantes pueden utilizar para ponerse a prueba con respecto a términos y conceptos clave presentados en el texto.

Contenido:

1 Evaluación y pruebas psicológicas. 2 Consideraciones históricas, culturales y ético-legales. 3 Actualización en estadística. 4 Sobre las pruebas y su aplicación. 5 Confiabilidad. 6 Validez. 7 Utilidad. 8 Desarrollo de pruebas. 9 Inteligencia y su medición. 10 Evaluación en la educación. 11 Evaluación de la personalidad: un resumen. 12 Métodos de evaluación de la personalidad. 13 Evaluación en psicología clínica y orientación psicológica. 14 Evaluación neuropsicológica. 15 Evaluación, carreras y negocios. Cronografía. Glosario.

Fundamentos de la ciencia e ingeniería de los materiales

Autor: William F. Smith y Javad Hashemi, Ph.D.

Edición: Séptima

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2024-1

ISBN Ebook: 978-607-15-2025-8

ISBN Connect: 978-607-15-1992-4 - acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1016 reactivos.

SmartBook 2.0 con 298 OA y 630 preguntas.

OLC con PPT en español, animaciones, tutoriales y una base de datos para la búsqueda de propiedades de los materiales.

Páginas: 864



Sinopsis:

Para preparar a los científicos e ingenieros de los materiales del futuro, en esta obra se presentan diversos temas de este campo con la amplitud y profundidad adecuadas. La fuerza del libro está en su enfoque en los conceptos clave de la ciencia de los materiales (conocimiento básico) seguido de la aplicación de principios científicos en la selección e ingeniería de materiales (conocimiento aplicado). Los conceptos básicos y aplicados se integran a través de explicaciones textuales concisas, imágenes relevantes y estimulantes, ejemplos de problemas detallados, suplementos electrónicos y problemas de tarea. Por lo tanto, este libro de texto es adecuado tanto para un curso de introducción a los materiales en un segundo año de varias carreras de ingeniería, como para un segundo curso más avanzado en ciencia e ingeniería de los materiales.

Los problemas de fin de capítulo han sido clasificados según el nivel de aprendizaje/compreensión que el profesor espera del estudiante. La clasificación se basa en la taxonomía de Bloom y pretende ayudar tanto a los estudiantes como a los profesores a establecer metas y estándares en los objetivos de aprendizaje. Se han desarrollado más de 150 problemas nuevos que pretenden hacer pensar a los estudiantes de una manera más profunda y reflexiva. Este es un objetivo importante de los autores para ayudar a los profesores a formar ingenieros y científicos que realicen sus actividades en un dominio cognitivo superior.

Contenido:

1 Introducción a la Ciencia e ingeniería de los materiales. 2 Estructura atómica y enlace. 3 Estructuras cristalinas y amorfas en materiales. 4 Solidificación e Imperfecciones cristalinas. 5 Procesos térmicamente activados y difusión en sólidos. 6 Propiedades mecánicas de los metales I. 7 Propiedades mecánicas de los metales II. Diagramas de 8 fases. 9 Aleaciones de ingeniería. 10 materiales poliméricos. 11 Cerámica. 12 Materiales compuestos. 13 Corrosión. 14 Propiedades eléctricas de los materiales. 15 Propiedades ópticas y materiales superconductores. 16 Propiedades magnéticas. 17 Biológicos y biomateriales.

Introducción a la Investigación de operaciones

Autor: Frederick S. Hillier y Gerald J. Lieberman

Edición: Décimo primera

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2029-6

ISBN Ebook: 978-607-15-2030-2

Recurso digital:

OLC con PPT en español, suplementos disponibles para la mayoría de los capítulos, como casos reales, ejemplos resueltos, Hojas de cálculo de Excel; varias plantillas de Excel para resolver modelos básicos; versiones para estudiantes de LINDO (un optimizador tradicional) y LINGO (un popular lenguaje de modelado algebraico), junto con formulaciones y soluciones para todos los ejemplos relevantes a lo largo del libro; versiones para estudiantes de MPL (un lenguaje de modelado algebraico líder) junto con un Tutorial de MPL y formulaciones y soluciones de MPL para todos los ejemplos relevantes a lo largo del libro; versiones para estudiantes de varios solucionadores MPL de élite para programación lineal, programación entera, programación convexa, optimización global; Queuing Simulator (para la simulación de sistemas de colas); OR Tutor para ilustrar varios algoritmos en acción, y Tutorial de investigación de operaciones interactivas (IOR) para aprender y ejecutar algoritmos de manera eficiente e interactiva, implementado en Java 2 para ser independiente de la plataforma.

Páginas: 992



Sinopsis:

La novena edición continúa la tradición de incluir el marco de cinco pasos para la toma de decisiones con un énfasis El campo de la Investigación de operaciones (IO) sigue evolucionando con bastante rapidez. El más importante de los desarrollos recientes ha sido el surgimiento de la analítica como un complemento muy importante. También están en marcha otras tendencias importantes, por eso se ha hecho un especial esfuerzo con esta edición para continuar llevando este libro de lleno al siglo XXI.

Una forma de lograr este objetivo es enfatizando las aplicaciones reales. Se incluyen muchos casos realistas modelados a partir de aplicaciones reales al final de los capítulos y en el sitio web del libro (OLC), además de muchas viñetas de aplicaciones y problemas que requieren que el estudiante lea el artículo completo que describe la aplicación y luego responda algunas preguntas. Todos los artículos son de la revista de INFORMS retitulada INFORMS Journal on Applied Analytics, gracias a la colaboración con este Instituto. En el sitio web del libro existe un conjunto de ejemplos resueltos adicionales para casi todos los capítulos del libro. Se proporciona en la OLC una gran cantidad de opciones de software.

Contenido:

1 Introducción. 2 Descripción general de cómo los profesionales de análisis e investigación de operaciones analizan problemas. 3 Introducción a la programación lineal. Caso 3.2 Reducir los costos de la cafetería. Caso 3.3 Dotación de personal de un centro de llamadas. Caso 3.4 Promoción de un cereal para el desayuno. Caso 3.5 Montaje automático. 4 Resolución de problemas de programación lineal: el método simplex. Apéndice 4.1 Introducción al uso de LINDO y LINGO. Caso 4.1 Telas y modas de otoño. Caso 4.2 Nuevas Fronteras. Caso 4.3 Asignación de estudiantes a las escuelas. 5 La teoría del método simplex. 6 Teoría de la dualidad. 7 Programación lineal bajo incertidumbre. 8 Otros algoritmos para programación lineal. 9 Los problemas de transporte y asignación. 10 Modelos de optimización de red. Caso 10.1 Dinero en movimiento. Caso 10.2 Ayudando a los aliados. Caso 10.3 Pasos hacia el éxito. 11 Programación dinámica. 12 Programación entera. Caso 12.1 Problemas de capacidad. Caso 12.2 Asignación de arte. 12.3 Juegos de medias. Caso 12.4 Asignación de estudiantes a las escuelas, revisado de nuevo. 13 Programación no lineal. Caso 13.1 Selección inteligente de acciones. Caso 13.2 Inversiones internacionales. Caso 13.3 Promoción de un cereal para el desayuno, revisión. 14 Metaheurísticas. 15 Teoría de juegos. 16 Análisis de decisiones. Caso 16.1 Negocio inteligente. Case 16.2 Soporte de dirección inteligente. Caso 16.3 ¿Quién quiere ser millonario? Caso 16.4 Juguetes universitarios y la ingeniería. 17 Teoría de colas. Caso 17.1 Reducción del inventario en proceso. Caso 17.2 Dilema de las colas. 18 Teoría del inventario. Caso 18.1 Repasando el control de inventario. Caso 18.2 TNT: abordando la enseñanza del vendedor de periódicos. Caso 18.3 Echar por la borda el excedente de existencias. 19 Procesos de decisión de Markov. 20 Simulación. Caso 20.1 Reducción del inventario en proceso, revisado. Caso 20.2 Cepilladoras de planificación. Caso 20.3 Fijación de precios bajo presión. Respuestas parciales a problemas seleccionados.

Marketing

Autor: Roger Kerin y Steven Hartley

Edición: Décimo sexta

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2027-2

ISBN Ebook: 978-607-15-2028-9

ISBN Connect: 978-607-15-1984-9 - acceso 6 meses

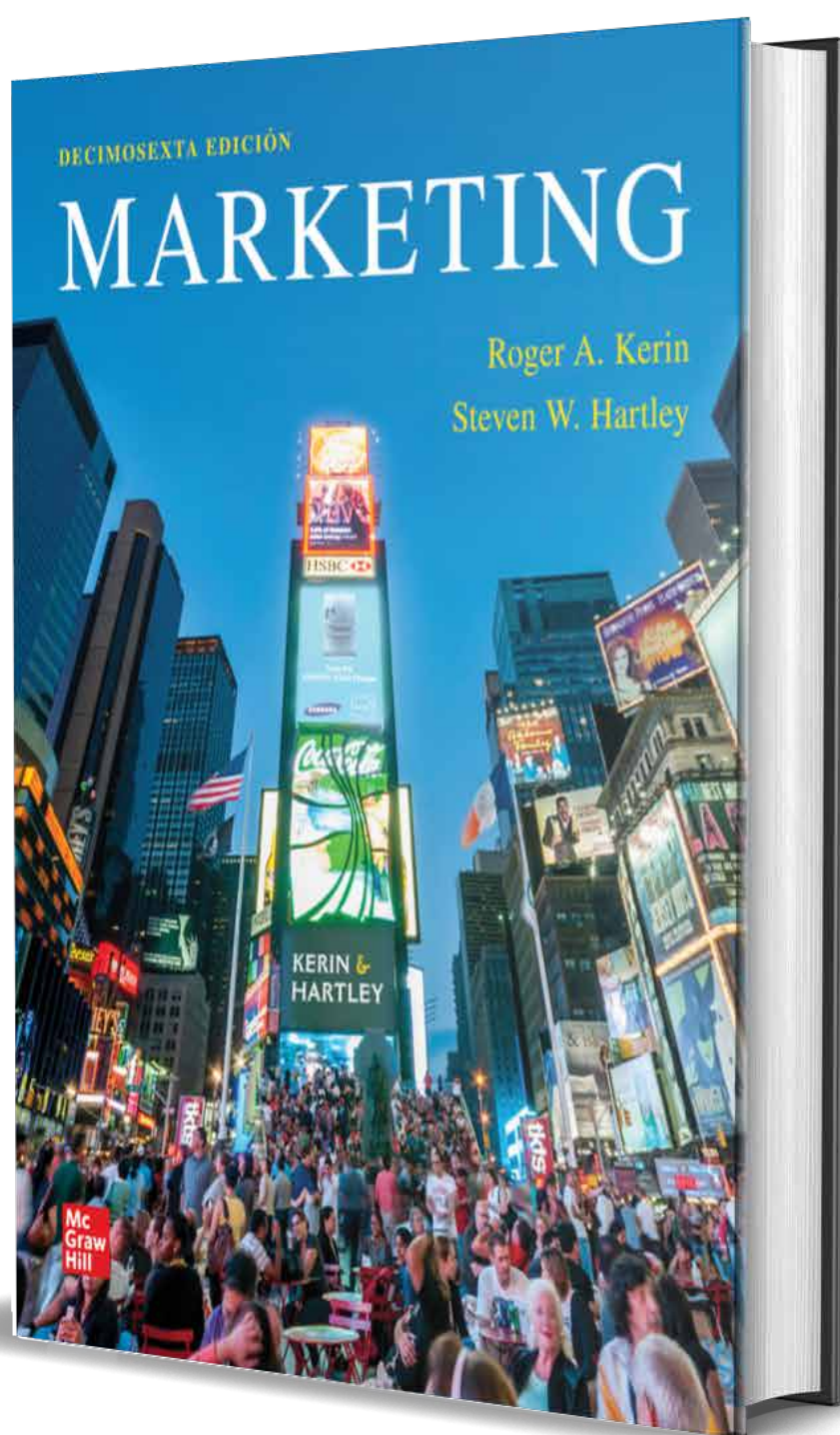
Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1083 reactivos.

SmartBook 2.0

OLC con PPT en español, Connect y SmartBook 2.0 en español, ABAs en español, banco de exámenes, manual del profesor, casos en video, actividades para la clase, blog, Practice Marketing.

Páginas: 740



Sinopsis:

La presente edición se actualizó con una variedad de nuevas características, ejemplos y análisis referentes a temas fundamentales y a la responsabilidad social en el marketing; el marketing durante y después de la pandemia, así como sus implicaciones en la experiencia del cliente; el marketing orientado por causas y la propuesta de valor para el cliente, además de la tecnología.

Se agregaron seis nuevos casos de inicio de capítulo y videos, los cuales se centran en temas como las misiones sociales, el marketing en China, el cambio social, las tecnologías actuales en el mercado, la sustentabilidad y los modelos de negocios basados en la integridad. Asimismo, amplió su cobertura de los temas relacionados con la responsabilidad social y la sustentabilidad, como la cuestión de la privacidad, el emprendimiento social, la diversidad, la equidad e inclusión y el impacto ambiental. Se integraron muchos de los cambios en los mercados a partir de la pandemia —como el servicio para recoger productos en la tienda, el pago sin contacto físico y la entrega a domicilio—, y se agregaron múltiples ejemplos de la creciente tendencia de las marcas orientadas por un propósito, como Bombas y Chipotle. Además, se amplió el análisis de muchas aplicaciones e implicaciones de las tecnologías nuevas y emergentes.

Contenido:

Parte 1 INICIO DEL PROCESO DE MARKETING. 1 Creación de valor y de relaciones con el cliente por medio del marketing. 2 Desarrollo de estrategias organizacionales y de marketing exitosas. Apéndice A Creación de un plan de marketing eficaz. 3 Análisis del entorno de marketing. 4 Ética y responsabilidad social para el marketing sustentable. Parte 2 COMPRENSIÓN DE LOS COMPRADORES Y LOS MERCADOS. 5 Comprensión del comportamiento de los consumidores. 6 Comprensión de las organizaciones como consumidores. 7 Entender y llegar a los consumidores y mercados globales. Parte 3 SELECCIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE MARKETING. 8 Investigación de mercados: De las percepciones de los clientes a las acciones. 9 Segmentación, selección de mercados meta y posicionamiento. Parte 4 APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES DE MARKETING. 10 Desarrollo de nuevos productos y servicios. 11 Administración de productos, servicios y marcas exitosos. 12 Marketing de servicios. 13 Creación de la base del precio. 14 Determinación del precio final. Apéndice B Aspectos financieros del marketing. 15 Administración de los canales de marketing y de las cadenas de suministro. 16 Ventas minoristas y mayoristas. 17 Implementación del marketing interactivo y multicanal. 18 Comunicaciones de marketing integradas y marketing directo. 19 Publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. 20 Uso de los social media y el marketing móvil para relacionarse con los consumidores. 21 Ventas personales y administración de ventas. 22 Integración de todos los esfuerzos: El proceso de marketing estratégico. Parte 5 APÉNDICES. Apéndice C Planeación de una carrera en marketing. Apéndice D Casos alternativos disponibles en Connect.

Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta

Autor: Roberto Hernández Sampieri y Christian Paulina Mendoza Torres
Edición: Segunda
Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2031-9
ISBN Ebook: 978-607-15-2032-6
ISBN Connect: 978-607-15-2000-5 – acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1006 reactivos.
SmartBook 2.0 con 468 OA 527 preguntas.
Software IDEA Generador de proyectos de investigación,
OLC con PPT en español, capítulos adicionales en línea, manuales de software,
manuales de estilos editoriales, manuales de investigación aplicada, manuales
de investigación en medicina, manual de visualización de datos, publicaciones
periódicas más importantes, principales bancos/ servicios de obtención de
fuentes/bases de datos/páginas web de consulta de referencias bibliográficas,
respuestas a los ejercicios del libro (por capítulo), tablas estadísticas,
documentos de fórmulas estadísticas e indicadores municipales, glosario de
términos de investigación, referencias o bibliografía, indicaciones para la
elaboración de un manuscrito original, ejemplos.

Páginas: 748



Sinopsis:

Se trata de un texto completamente actualizado e innovador, mucho más gráfico, didáctico, personalizado y multidisciplinario. Su contenido se refiere a la investigación científica y a la investigación aplicada al desarrollo profesional; y es producto de las ideas, aportaciones y experiencias que han proporcionado centenas de docentes e investigadores en Iberoamérica y diversos científicos y profesionales del mundo. El resultado es una obra interactiva que vincula el contenido del texto impreso con los contenidos digitales y el material del Centro de Recursos en Línea.

Esta segunda edición de Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, incluye varios ejemplos de distintas ciencias y disciplinas vinculados con el tema de la pandemia por SARS-CoV-2 y la enfermedad COVID-19 que muestran la investigación que se generó para afrontarla en todo el mundo.

Orientado a asignaturas sobre investigación, metodología, metodología de la investigación, métodos de análisis y similares dentro de diversas ciencias o disciplinas; asimismo, para que se utilice en campos de la salud, sociales, jurídicos, administrativos, económicos, ingenierías, etcétera. El texto puede emplearse en cursos introductorios, intermedios y avanzados, según el criterio del maestro.

Contenido:

Parte 1 LAS RUTAS DE LA INVESTIGACIÓN. 1 Las tres rutas de la investigación científica: Enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto. 2 La idea de investigación. Parte 2 LA RUTA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. 3 El planteamiento del problema en la ruta cuantitativa. 4 Elaboración del marco teórico en la ruta cuantitativa. 5 Definición del alcance de la investigación en la ruta cuantitativa. 6 Formulación de hipótesis en la ruta cuantitativa. 7 Concepción o elección del diseño de investigación en la ruta cuantitativa. 8 Selección de la muestra en la ruta cuantitativa. 9 Recolección de los datos en la ruta cuantitativa. 10 Análisis de los datos en la ruta cuantitativa. Parte 3 LA RUTA DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. 11 El inicio del proceso cualitativo. 12 Selección de la muestra en la ruta cualitativa. 13 Recolección y análisis de los datos en la ruta cualitativa. 14 Elección del diseño o abordaje de investigación en la ruta cualitativa. Parte 4 REPORTAR LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN. 15 Elaboración del reporte de resultados del proceso cuantitativo y del proceso cualitativo. Parte 5 LA RUTA DE LA INVESTIGACIÓN MIXTA. 16 La ruta de los métodos mixtos. Parte 6 EL MAPA DE LA RUTA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA, CUALITATIVA O MIXTA. 17 Elaboración de la propuesta, proyecto o protocolo de la investigación: el mapa general de la ruta cuantitativa, cualitativa o mixta.

Métodos numéricos aplicados con MATLAB® para ingenieros y científicos

Autor: Steven C. Chapra

Edición: Quinta

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2036-4

ISBN Ebook: 978-607-15-2037-1

ISBN Connect: 978-607-15-1981-8 – acceso 6 meses

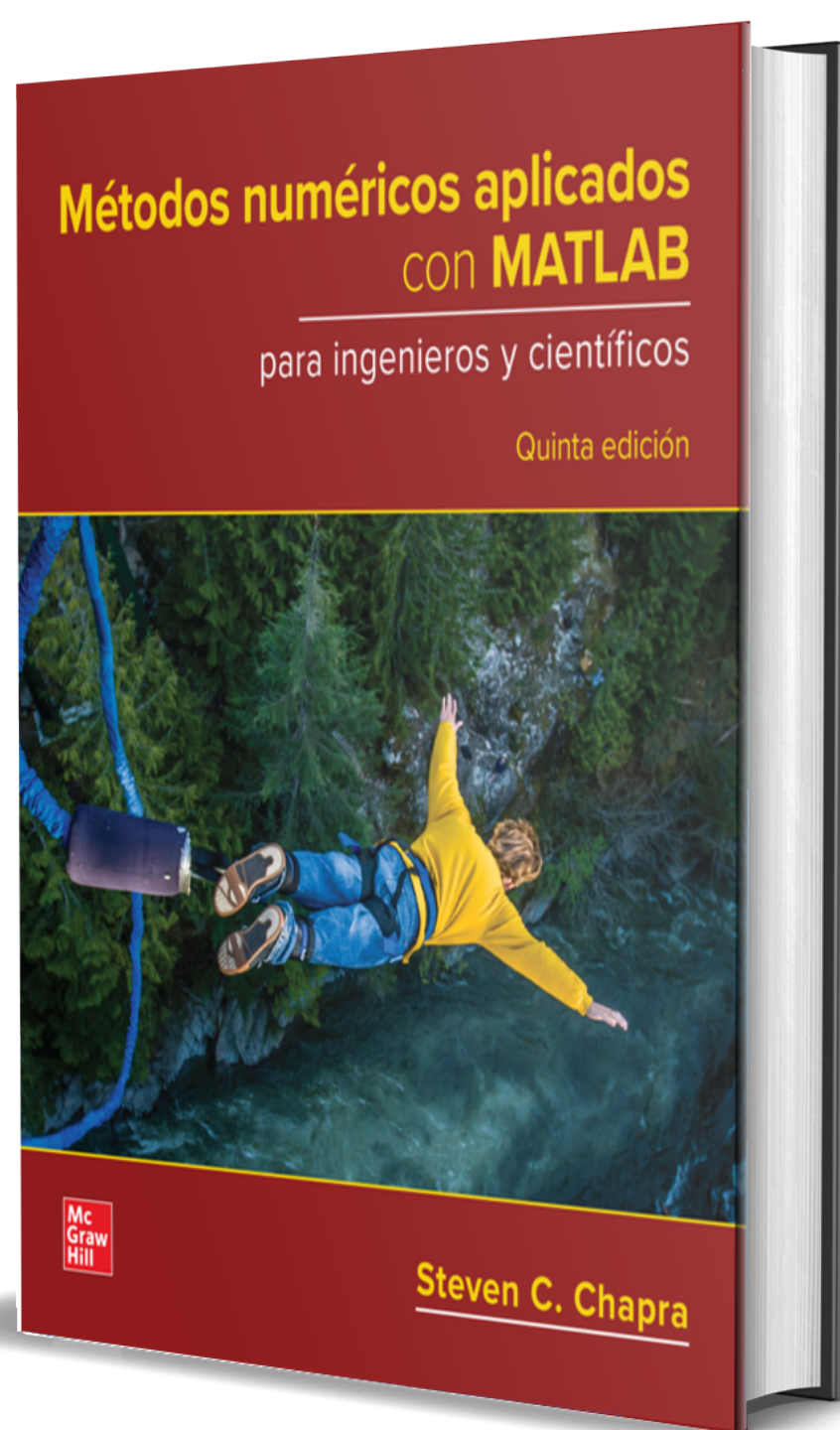
Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1150 reactivos.

SmartBook 2.0

OLC Manual de soluciones para el profesor (en inglés), PPT, Biblioteca de imágenes y archivos MATLAB para algoritmos clave del libro.

Páginas: 752



Sinopsis:

Este libro está diseñado para un curso de un semestre de métodos numéricos para estudiantes de ingeniería y ciencia. En él, los métodos numéricos están motivados por los problemas más que por las matemáticas; no obstante, se proporciona suficiente teoría para que los estudiantes salgan con una visión de las técnicas. MATLAB® ofrece un entorno ideal para este curso. Su entorno de programación de archivos M permite a los estudiantes implementar algoritmos moderadamente complicados de forma estructurada y coherente. Sus capacidades numéricas incorporadas permiten a los estudiantes resolver problemas más difíciles sin tratar de "reinventar la rueda".

En esta quinta edición se mantiene intencionadamente el estilo de escritura conversacional para facilitar la lectura del texto. El libro trata de hablar directamente al lector y está diseñado, en parte, como una herramienta de autoaprendizaje. Se han agregado algunos materiales nuevos, como una sección sobre el método de Wegstein que proporciona una extensión natural de la iteración en punto fijo. La mayor adición es una sección que describe los splines de suavizado. Los atributos de la regresión y de los splines combinados en un único algoritmo son ideales para el ajuste de curvas de datos con ruido, y en otra sección se proporciona como una gran opción para la derivación numérica de datos con ruido. Además, hay una descripción de la función incorporada, csaps, que forma parte de la caja de herramientas de ajuste de curvas de MATLAB. Finalmente, en cada capítulo se hace amplio uso de ejemplos trabajados y de aplicaciones científicas y de ingeniería, además de contar con una sección final de problemas en cada capítulo.

Contenido:

Primera parte MODELADO, COMPUTADORAS Y ANÁLISIS DE ERRORES. 1 Modelado Matemático, métodos numéricos y resolución de problemas. 2 Fundamentos de MATLAB. 3 Programación con MATLAB. 4 Errores de redondeo y truncamiento. Segunda parte RAÍCES Y OPTIMIZACIÓN. 5 Raíces: métodos de horquillado. 6 Raíces: métodos abiertos. 7 Optimización. Tercera parte SISTEMAS LINEALES. 8 Ecuaciones algebraicas lineales y matrices. 9 Eliminación de Gauss. 10 Factorización LU. 11 Matriz inversa y condición. 12 Métodos iterativos. 13 Valores propios. Cuarta parte AJUSTE DE LA CURVA. 14 Regresión lineal. 15 Mínimos cuadrados lineales generales y regresión no lineal. 16 Análisis de Fourier. 17 Interpolación de polinomios. 18 Splines e interpolación por partes. Quinta parte INTEGRACIÓN Y DIFERENCIACIÓN. 19 Fórmulas de integración numérica. 20 Integración numérica de funciones. 21 Diferenciación numérica. Sexta parte ECUACIONES DIFERENCIALES ORDINARIAS. 22 Problemas con valores iniciales. 23 Métodos adaptativos y sistemas rígidos. 24 Problemas de valores en la frontera.

Principios de Ciencias ambientales. Investigación y aplicaciones

Autor: William P. Cunningham, Mary Ann Cunningham y Catherine M. O'Reilly

Edición: Décima

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2038-8

ISBN Ebook: 978-607-15-2039-5

ISBN Connect: 978-1-4562-9560-8 – acceso 6 meses

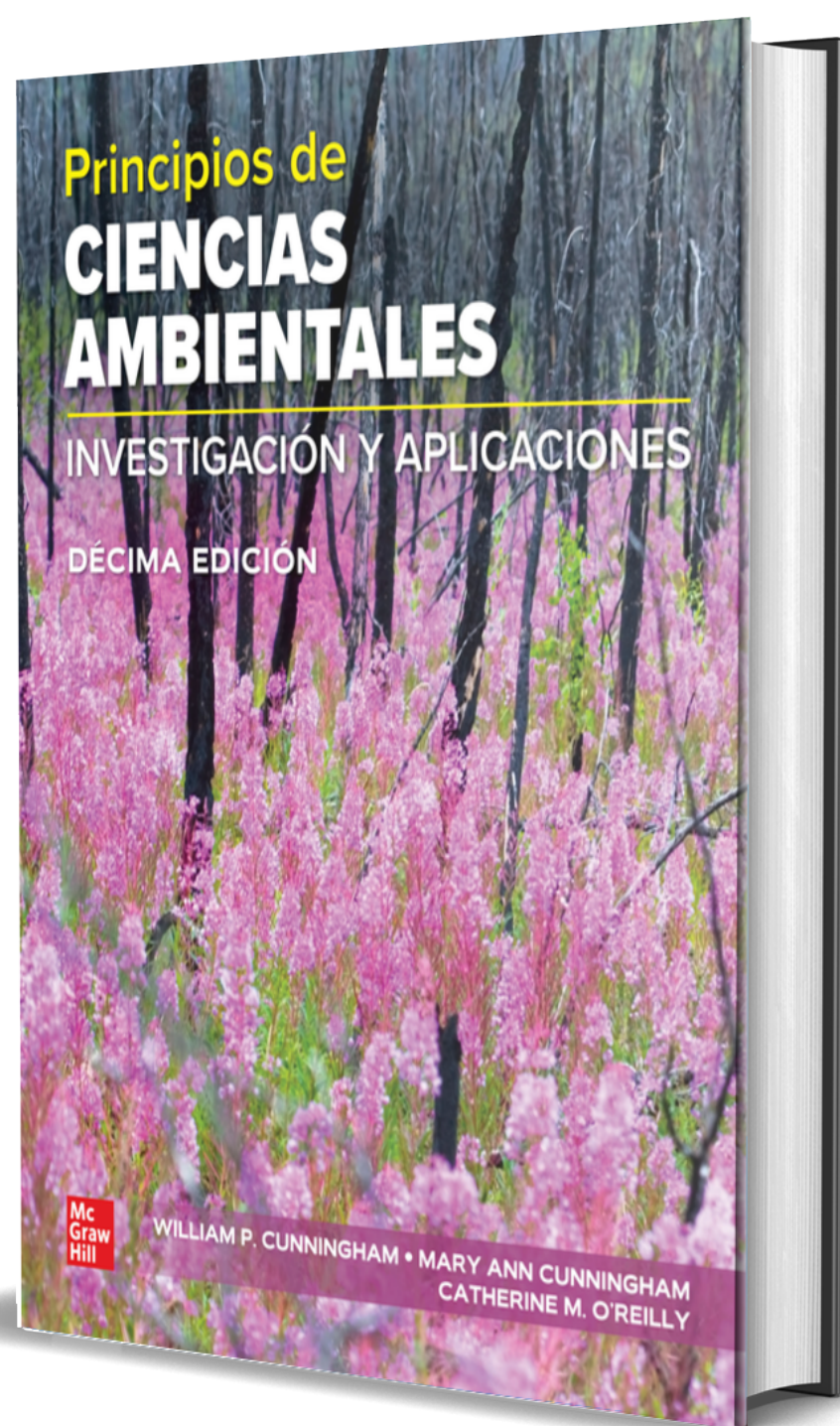
Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1292 reactivos.

SmartBook 2.0 con 716 OA y 868 preguntas.

OLC con PPT en español.

Páginas: 456



Sinopsis:

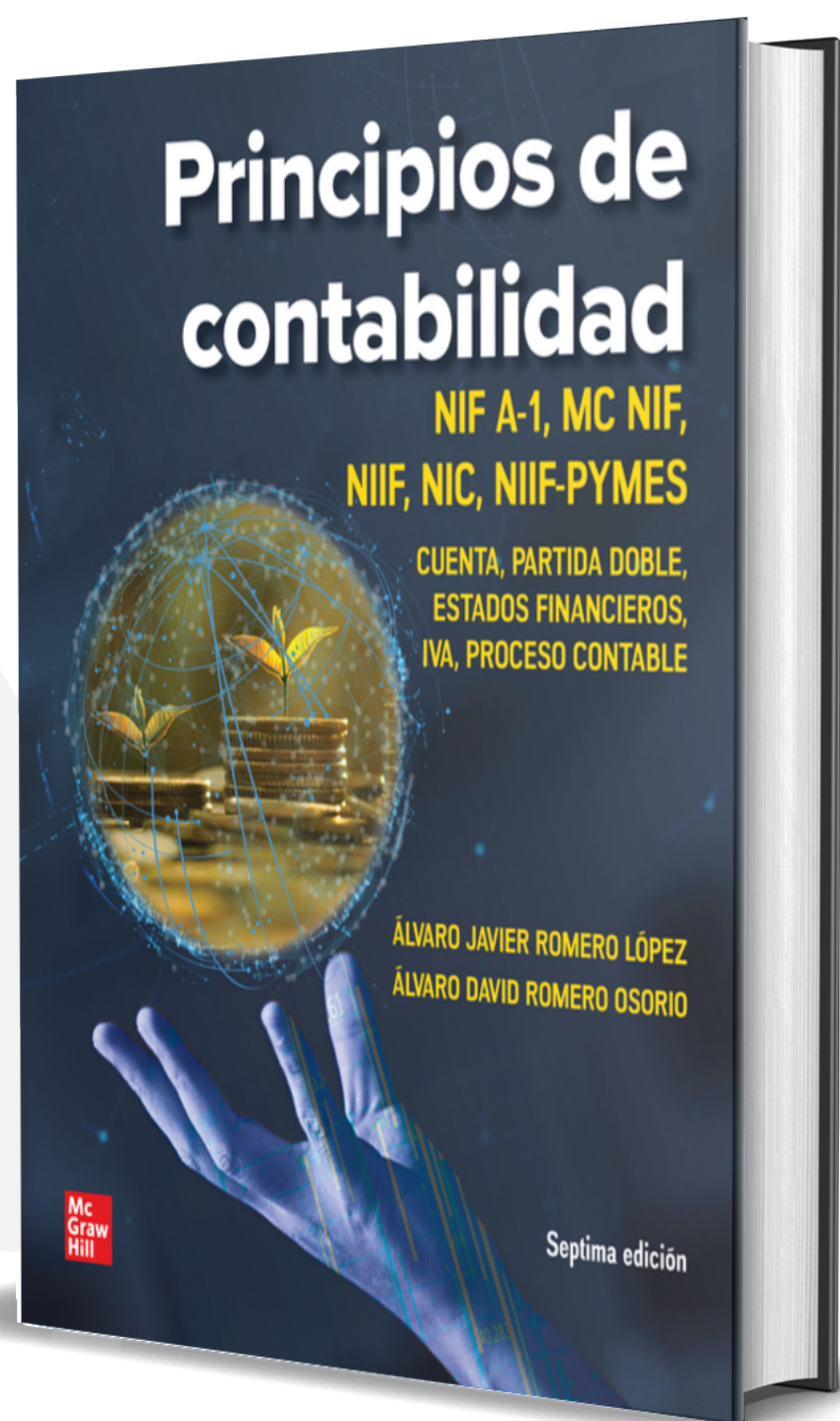
El estudio de las ciencias ambientales implica el examen de los retos críticos del cambio climático, la pérdida de la biodiversidad, la protección del agua potable, el crecimiento de la población, los sistemas alimentarios sostenibles y muchas otras preocupaciones. Ningún otro libro en el campo aborda la naturaleza polifacética de las cuestiones ambientales, como la política climática, la sostenibilidad o el cambio de la población, con la minuciosidad de este libro. No sólo abordamos el cambio climático, sino también la naturaleza de los sistemas climáticos y meteorológicos que influyen en nuestra experiencia cotidiana de las condiciones climáticas. Exploramos tanto la escasez de alimentos como las nuevas causas del hambre -como los conflictos políticos, los biocombustibles y el comercio mundial de productos básicos-, así como la relación entre la inseguridad alimenticia y la creciente pandemia de enfermedades relacionadas con la obesidad. En estos y en otros ejemplos, este libro es líder en la cobertura en profundidad de temas clave.

Este libro integra una serie de oportunidades de aprendizaje –ejercicios de aprendizaje activo, preguntas de Pensamiento crítico y discusión y ejercicios de Análisis de datos– que estimulan a los estudiantes a pensar por sí mismos. Los datos y las interpretaciones no se presentan como verdades inmutables, sino como pruebas que deben examinarse y comprobarse, como debería ser en el mundo real.

Contenido:

1 Comprender nuestro medio ambiente. 2 Sistemas del medio ambiente: materia, energía y vida. 3 Evolución, interacciones entre especies y comunidades biológicas. 4 Poblaciones humanas. 5 Biomas y biodiversidad. 6 Conservación del medio ambiente: bosques, pastizales, parques y reservas naturales. 7 Alimentación y agricultura. 8 Salud ambiental y toxicología. 9 El clima. 10 Contaminación del aire. 11 El agua: recursos y contaminación. 12 Geología ambiental y recursos de la Tierra. 13 Energía. 14 Residuos sólidos y peligrosos. 15 Política ambiental y sostenibilidad. 16 Economía y urbanización.

Principios de contabilidad. NIIF, NIC, NIIF-PYMES, Cuenta, Partida doble, Estados financieros, IVA, Proceso contable



Autor: Álvaro Javier Romero López y Álvaro David Romero Osorio

Edición: Séptima

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-2033-3

ISBN Ebook: 978-607-15-2026-5

ISBN Connect: 978-607-15-1989-4 – acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 1829 reactivos.

SmartBook 2.0 con 380 OA con 760 preguntas.

Sistema contable Romero

OLC con PPT en español.

Páginas: 720

Sinopsis:

Esta séptima edición ha sido concebida con la mirada centrada en el usuario, el alumno y el docente, apoyados en las nuevas tecnologías educativas y cambios en las TIC para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Derivado de la actualización de la NIF A-1, Marco Conceptual de las Normas de Información Financiera (MC NIF), en vigor a partir del 1º de enero de 2023, y la actualización del Marco Conceptual de las NIIF por parte del IFRS en 2018, se revisaron y actualizaron todos los capítulos para estar a la par de la norma nacional e internacional. Se incorporaron las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Empresas (NIIF-PYMES), además de los temas de la cuarta revolución industrial, la pandemia de coronavirus COVID-19 en 2020 y su impacto en la información financiera, y la nueva definición de contabilidad financiera, sus objetivos y concepto de estados financieros. Destaca la actualización de la estructura de las NIF y postulados básicos, que explica la nueva NIF A-1 MC NIF.

Para alcanzar el objetivo de mejorar el proceso de aprendizaje y las competencias por medio de la evaluación, esta edición impresa se acompaña de más de 1,000 reactivos y las versiones Smart Book y Connect se acompañan de más de 2000 reactivos. Los capítulos incluyen preguntas, ejercicios y prácticas. Cada capítulo incluye un video introductorio sobre el contenido y un video temático del autor. Se actualizó el Sistema Contable Romero V.3.

Contenido:

1 La contaduría pública como profesión. 2 Contabilidad: antecedentes históricos. Teoría contable: estudio y metodología. 3 Contabilidad financiera. 4 Estructura de las NIF y postulados básicos. 5 Estructura financiera de la entidad. I. Activo. Recursos de que dispone la entidad. II. Pasivo y capital contable. Fuentes u orígenes de los recursos. 6 Introducción a los estados financieros. 7 Estado de situación financiera, NIF B-6. 8 Estado de resultado integral, NIF B-3. 9 Estado de flujos de efectivo, NIF B-2. 10 Estado de cambios en el capital contable, NIF B-4. 11 Estudio general de la cuenta. 12 Reglas del cargo y del abono. 13 Estudio particular de la cuenta. 14 Impuesto al Valor Agregado. Nociones y registro contable. 15 Teoría de la partida doble. 16 Procedimientos para registrar las operaciones de compra y venta de mercancías. 17 Proceso contable y práctica integral.

Ventas profesionales. Porque todos somos vendedores

C. SHANE HUNT • GEORGE D. DEITZ • JOHN D. HANSEN

VENTAS PROFESIONALES

PORQUE TODOS SOMOS VENDEDORES



Mc
Graw
Hill

Autor: C. Shane Hunt, George D. Deitz y John D. Hansen

Edición: Primera

Año: 2023

ISBN Impreso: 978-607-15-1978-8

ISBN Ebook: 978-607-15-1979-5

ISBN Connect: 978-607-15-1987-0 – acceso 6 meses

Recurso digital:

Connect® Banco de preguntas con 626 reactivos.

SmartBook 2.0

Videocases 4 videocasos con preguntas

OLC con PPT en español.

Páginas: 282

Sinopsis:

Este texto y los recursos que lo acompañan ofrecen el contenido más importante, en el formato más atractivo posible, con un conjunto completo de recursos digitales para ayudar a los estudiantes con diversos antecedentes académicos y distintas aspiraciones profesionales a aprender la ciencia —y el arte— de las ventas. Tiene la extensión adecuada para cursos con diferentes entornos: los formatos tradicionales del semestre de 15 semanas, del trimestre de 10 semanas, del curso en línea de 7 semanas o del curso de verano de 5 semanas.

Está diseñado de forma lógica para involucrar a los estudiantes mostrándoles desde el primer momento la gran relevancia que tienen las ventas para ellos. Para fomentar el compromiso, está escrito para los estudiantes actuales en un estilo ameno pero profesional. En vez de tratar el tema de la ética como un capítulo independiente, se integra este concepto fundamental en todos los aspectos de las ventas profesionales; reflejando la realidad del asunto en la vida de los vendedores. El texto combina la investigación más reciente con ejemplos prácticos. Incluye contenidos relacionados con las funciones de recaudación de fondos para organizaciones sin fines de lucro y hace hincapié en que el éxito profesional dependerá, en parte, de qué tan bien cuenten su historia personal y se vendan a sí mismos a los empleadores, inversionistas y escuelas de posgrado.

De manera consistente, los capítulos incluyen ejemplos donde la teoría interactúa con la práctica en organizaciones que son interesantes y relevantes para los estudiantes de la actualidad. Muchos capítulos muestran ejemplos de diálogos realistas, que dan a los lectores una idea clara de la voz y el enfoque de un vendedor.

Contenido:

Parte 1 BÚSQUEDA DE CLIENTES Y DESARROLLO DE RELACIONES. 1 Todos somos vendedores. 2 Prospección y calificación. 3 Atraer a los clientes y forjar relaciones. Parte 2 USO DE ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES. 4 Ventas sociales. 5 Estrategias para presentaciones de ventas. Parte 3 BÚSQUEDA Y NEGOCIACIÓN DE SOLUCIONES PARA LOS CLIENTES. 6 Solución de problemas y de objeciones. 7 Negociación de soluciones mutuamente benéficas. 8 Estudio de las utilidades: fijación de precios y análisis en las ventas. Parte 4 LOGRAR EL ÉXITO EN UNA CARRERA DE VENTAS. 9 Remuneración y desarrollo profesional en las ventas. 10 La psicología de las ventas: conocerse a sí mismo y relacionarse con los clientes.



www.mheducation.com.mx

Síguenos en:



/MHELatam



@MHELatam



@MHELatam



McGraw-Hill Latam