

La cadena de suministro

Autor: Antonio Iglesias

Editorial: ESIC



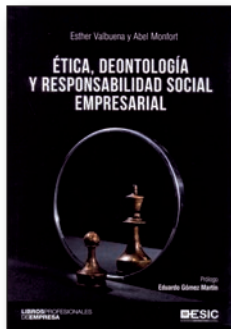
El siglo XXI ha generado en el mundo empresarial la necesidad de mejoras continuas para adaptarse a los constantes cambios que se producen tanto en la tecnología como en la propia sociedad. La competitividad es cada día más elevada, consecuencia entre otros factores de la globalización y del crecimiento de la importancia del comercio electrónico. Todas las compañías, pequeñas y grandes, deben preparar respuestas en su

planificación estratégica y procesos operativos con los que puedan llegar al mercado en una posición que les permita satisfacer las necesidades de sus clientes, de cara a conseguir su fidelización.

Ética, deontología y responsabilidad social empresarial

Autores: Esther Valbuena y Abel Monfort

Editorial: ESIC



Este libro va dirigido a estudiantes, docentes e investigadores y responsables de la gestión de sostenibilidad y la responsabilidad social en las organizaciones. Ayuda a la identificación, comprensión y profundización de los asuntos relevantes relacionados con la gestión ética en las empresas e instituciones. Se articula en dos bloques claramente diferenciados. Por un lado, la reflexión y definición de los principales problemas

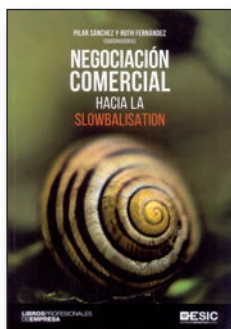
deontológicos a los que se enfrentan las organizaciones en un mundo globalizado, tecnológico e interconectado. Por otro, proporciona un manual detallado de cómo se gestiona la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Negociación comercial

Autoras: Pilar Sánchez y Ruth Fernández

Editorial: ESIC

En el último Foro de Davos (2020) se trató el concepto de moralizar la globalización. Los excesos cometidos han provocado un cambio necesario. Ya no vale todo; no se puede mirar para otro lado y no es adecuado decir "el responsable ha sido mi socio local". El mundo está cambiando; la empresa, el marketing y la comunicación han de hacerlo también. El respeto por el otro y la sostenibilidad implican compromiso. Sin estos dos conceptos, no se puede, ni se podrá, crecer comercialmente. La alteridad, por tanto, se convierte en principio de vida, en este caso de la nueva vida empresarial.



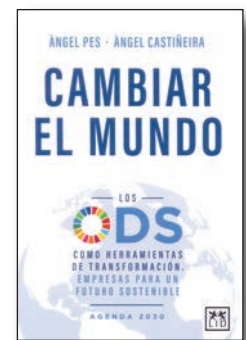
Cambiar el mundo

Autores: Ángel Pes y Ángel Castiñeira

Editorial: LID

Los cambios tecnológicos disruptivos, los desequilibrios demográficos, la desigualdad económica, las tensiones políticas, la rivalidad geopolítica entre las grandes potencias o el cambio climático son los grandes retos a los que se enfrentan las sociedades, retos a los que se suma la pandemia universal.

Llegados a este punto es el momento de elegir entre el miedo y la oportunidad, entre la resignación o la esperanza. Los retos citados pueden convertirse en la gran oportunidad para progresar en el siglo XXI si asumimos que la Agenda para el Desarrollo Sostenible nos concierne a todos.



Marketing digital para los que no saben de marketing digital

Autor: Gonzalo Giráldez

Editorial: LID



Hace tiempo que el entorno digital cambió irreversiblemente nuestras vidas: nuestra forma de trabajar, de aprender, de consumir, de comunicarnos o de relacionarnos con las personas y las marcas. Además, está lleno de oportunidades, pero es imprescindible que sepas moverte y funcionar en él, aunque no te dediques profesionalmente a ello o lo rechaces porque te sientes algo torpe ante todo lo que suena a digital. Este libro simplifica lo complejo y en menos de dos horas, de una forma sencilla, podrás comprender las principales claves y conceptos del marketing digital, con ejemplos, con gráficos de apoyo y de fácil comprensión.

Líder sherpa

Autores: Andrés Pérez Monzón y Francisco Javier Cantera Herrero

Editorial: Universitaria Ramón Areces

Sobre liderazgo hay miles de libros publicados; que digan algo novedoso, algunos; que tengan en cuenta la nueva realidad poscoronavirus, pocos; en los que se refleje la realidad multidimensional del liderazgo, muy pocos; pero que reflexionen sobre la necesidad de dos tipos distintos de liderazgo -visionario y sherpa- para enfrentar la nueva realidad, que, además, estén sembrados con historias curiosas y divertidas, contadas con un gran dominio de la técnica del *storytelling* y con un humor muy particular, este es, sin duda, el primero. Dirigido a líderes y a profesionales de gestión de personas en las organizaciones de hoy.

