
Lerma Kirchner

acusaciones y defensa

El Instructor para el joven Emprendedor

red empresarial del aguacate michoacano

Marketing político

una visión integral

Desarrollo de productos

Casos Empresariales En El Sur De Tamaulipas

Competitividad internacional de las empresas exportadoras de aguacate

Fundamentación y sistematización

Ciencias Económicas

Guía fácil para el desarrollo de productos a nivel nacional e internacional

Desarrollo de nuevos productos. Una vision integral

diferencias estratégicas en dos campañas electorales : Vicente Fox, Francisco Labastida

Marketing político

Los procesos de México 68

Valor de la Tecnología. en El Siglo Xxi

de la planeación a la acción

Mercadotecnia

Estragias competitivas para las empresas exportadoras de aguacate

El uso político del derecho contra el movimiento estudiantil

Acción

el producto, el precio y sus estrategias

visión general

La Suprema Corte de Justicia durante el gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, 1965-1970

Los Procesos de México 68

De las ideas al libro

cómo organizarlas y participar en ellas con éxito

Cómo mejorar su proceso y gestión

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Una Visión Integral

una vision integral (5a. ed.).

Las decisiones políticas

Boletín bibliográfico mexicano

ESTRUCTURAS ARITMETICAS ELEMENTALES

el mercado y sus estrategias

Mercadotecnia

Emprendimiento exitoso

el fuego de la esperanza

ALANI STEIN

acusaciones y defensa Diseño

Desde hace tiempo, se impulsa, motiva y apoya con ánimo el emprendimiento. Se ofrecen libros, seminarios, conferencias, cursos, manuales y procedimientos; además de consejos, ejemplos y fórmulas, para llevarlo a cabo con éxito. Como consecuencia, la tasa de emprendimiento en la actualidad es elevada; sin embargo, la supervivencia de estas nuevas organizaciones es muy baja, originando frustraciones, reveses y errores. Al respecto hay muchos mitos y la realidad de los hechos sorprende. El autor, Alejandro Schnarch, de nacionalidad chilena, reflexiona sobre ello, concluyendo que hay factores a los cuales no se les ha dado la importancia y categoría que merecen y que definitivamente pueden aportar a mejorar la creación de nuevas empresas: saber diferenciar ideas de oportunidades, tener un modelo de negocio y utilizar las herramientas del marketing. El libro, que está dirigido a emprendedores actuales y potenciales, estudiantes, académicos y organismos que impulsan o financian estas actividades, busca aportar positiva y constructivamente al proceso emprendedor.

El Instructor para el joven Emprendedor Cengage Learning Editores

DISEÑO ESENCIAL no es un texto de diseño, sino un libro de marketing para el diseño. Surge como una continuidad natural del paradigma del marketing esencial, a la hora en que esta disciplina deba abordar la problemática del desarrollo mercadológico de nuevos productos y servicios. Y según nuestro punto de vista debería dar origen a una corriente del diseño también eminentemente esencial, de la cual en este trabajo presentamos las bases teóricas y metodológicas. Hasta ahora el marketing tradicional ha provisto al área de diseño una metodología para el desarrollo de nuevos productos y servicios, que, si bien es sencilla y si se quiere práctica, también es obsoleta, y, además es copartícipe del 85% de los fracasos que se dan normalmente en esta importante y vital actividad empresarial vinculada con la nueva generación de riqueza. Pues bien, ante esta situación presentamos en este libro una metodología alternativa que deriva de la aplicación de nuestro paradigma de marketing esencial, la que se basa en la aplicación de los motivadores esenciales en la compra de productos y servicios, los que se encuentran en dos sitios: la mente del consumidor (percepciones y significados), y en la mente del mercado (códigos y arquetipos). Para optimizar esta metodología esencial nuestro marketing también detecta las pistas y señales de mercado, con el fin de no solo trabajar sobre las bases esenciales, sino también sobre las faltas o insatisfacciones actuales del mercado y del consumidor, y de esta manera minimizar las posibilidades de un eventual fracaso, y por el otro lado, propiciar un éxito memorable en los nuevos lanzamientos de productos y servicios. El libro incluye además de nuestro modelo de gestión de nuevos productos y servicios, un marco teórico desde su visión axiológica. Se trabaja también para presentar una solución para el viejo dilema acerca del cuestionamiento de si el producto o servicio requiere de adaptación o estandarización a la hora de internacionalizarlo. Para finalizar el libro ofrece al lector

un análisis detallado de las principales tendencias mercadológicas del siglo XXI en cuanto al desarrollo de nuevos productos y servicios. LIBRERÍA TÉCNICA CP67 I Editorial Nobuko 50 años de trayectoria Somos los editores del libro - Stock permanente Local a la calle, zona microcentro y Ciudad Universitaria Horario de Atención de 10 a 18.30hs Envíos a todo el país, Mercado Envíos, Correo, moto Medios de pago: Mercado Pago, Tarjetas de crédito, Transferencias, Efectivo red empresarial del aguacate michoacano UNAM, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial

En enero de 2011, se llevó a cabo el Primer Encuentro Editorial "De las ideas al libro" en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM con el objeto de formar autores. Aquí se presenta un resumen de las experiencias enriquecidas con detalles de los diversos temas tratados y con otros que hacen más diversa y completa la reflexión. Son reflexiones sobre el hecho mismo de escribir: nuestra propia capacidad y disposición para escribir; sobre qué, para qué y para quién escribir; conocimientos o experiencias que estimamos valiosos de plasmar y transmitir a otros para definir quiénes son nuestros posibles receptores; cuestiones de redacción, estilo, normas de escritura; ayudas para escribir mejor; herramientas tecnológicas que pueden hacer más ágil y actualizada la tarea de escribir; nuevas posibilidades en un mundo de comunicación cambiante; el plan de trabajo que brinda estructura y disciplina para un fruto eficaz; la orientación sobre asuntos legales como derechos de autor y registros, por ejemplo; y algunos lineamientos o requisitos de las grandes o pequeñas editoriales. Los textos se han actualizado para esta segunda edición.

Marketing político 1968el fuego de la esperanza

EL ENTORNO ECONÓMICO DE LOS NEGOCIOS EN MÉXICO, LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL COMERCIO EXTERIOR, es un libro con el propósito facilitar al lector la trascendencia de las empresas, en las relaciones comerciales entre México, Chile y Panamá. El análisis se realizó mediante aplicaciones de metodologías, modelos y proyectos sobre el desarrollo comercial en el ámbito de las ciencias económico-administrativas y sociales a través del intercambio de conocimientos y experiencias de investigadores, académicos y estudiantes de instituciones mexicanas, chilenas y panameñas

una visión integral DEBATE

En las aulas de clase es donde el maestro muestra lo que sabe, lo que es, lo que piensa, las contribuciones a la ciencia, al conocimiento y a la tecnología de las diversas disciplinas; los cambios y avatares que le rodean y que debe superar, porque sus estudiantes esperan las respuestas de sus maestros, las cuales no siempre son las que quieren oír. La operacionalización, sistematización, relectura o como quiera llamarse al ejercicio del reconocimiento del quehacer del profesor, formador, docente por sus protagonistas en las aulas, se da gracias a que se preocupa por expresar no solo desde la oralidad, pues también escribe lo que en sus aulas ocurre y desarrolla investigación sobre ello.

Desarrollo de productos Miguel Angel Porrua

Brindar los elementos necesarios al joven emprendedor para la elaboración preliminar de un Plan de

Negocio, permitiendo valorar la factibilidad económica-financiera del proyecto

Casos Empresariales En El Sur De Tamaulipas FUNDACIÓN TEJERINA

En este libro se compilan trabajos de investigación que fueron presentados como casos de estudios de empresas del Sur de Tamaulipas. El libro tiene aplicación para empresarios de la zona como para estudiantes que les servirán las recomendaciones de cada una de las unidades presentadas ya que se analizan diferentes casos de empresas de como se encuentran en el mercado competitivo de esta zona. Los cuatro capitulos que integran e integrales de este libro tratan de facilitar y mejorar los procesos de ventas o análisis informáticos y administrativos para que los empresarios o estudiantes les ayude a comprender como es el comportamiento en la zona sur en los negocios. Se trata de presentar una visión general de las siguientes áreas: Mercadotecnia, Estrategias, Empresas, Servicios profesionales u outsourcing.

Competitividad internacional de las empresas exportadoras de aguacate Cengage Learning Editores

Crónica que retrata desde adentro y desde abajo el movimiento estudiantil de 1968. Contiene testimonios tanto de participantes como de dirigentes estudiantiles y magisteriales, así como una lista, inédita hasta ahora, de 130 integrantes del Consejo Nacional de Huelga con la lista de presos políticos y sus respectivas sentencias. Constituye la gama más amplia de visiones internas sobre el movimiento que se haya publicado hasta la fecha. El autor busca desmitificar aquel acontecimiento, con el fin de que la imagen inspiradora del 68 sea más concreta al mostrar su carácter multifacético y actual.

Fundamentación y sistematización UNAM

Reúne las recomendaciones de carácter táctico y metodológico que cinco autores de reconocido prestigio en análisis y estrategia política plantean a los interesados en la toma de decisiones políticas. América Latina enfrenta hoy nuevamente momentos de cambio en la multiplicidad de los aspectos que conforman la vida económica, política y social. Planeación, mercadotecnia política, crisis, globalización, sistema electoral mexicano, son algunos temas centrales de este volumen, que presenta una serie de trabajos de gran interés tanto para responsables de gobernar en el país como para investigadores, académicos, estudiosos y, en general, para la ciudadanía comprometida o

afectada por las decisiones políticas en México y en el resto del continente.

Ciencias Económicas Universidad de la Salle

El propósito de esta obra es facilitar al lector una guía integral, amigable y práctica en el aprendizaje y la aplicación de la metodología al desarrollo de productos, ya sean estos bienes o servicios, destinados al mercado nacional y al de exportación. Está dirigida a quien desea incrementar sus posibilidades de éxito en el desarrollo de nuevos productos mediante la utilización de esquemas metodológicos que han probado sus bondades en el campo de los negocios.

Guía fácil para el desarrollo de productos a nivel nacional e internacional AMEECI

Detrás de los macanazos y las balas, hubo un sistema judicial que convalidó la represión y actuó convencido de su bondad. Nació el 26 de julio de 1968 y murió dos años después. Pero en su corta vida, multiplicó la iniquidad y la injusticia, provocó el encarcelamiento de decenas de jóvenes y evidenció la saña del Estado. Ésta es la historia -nunca antes contada- del proceso judicial contra los implicados en el 68 mexicano. Arranca con la apertura de una averiguación previa y expira cuando se dictan las sentencias condenatorias. En esta obra, que marca un parteaguas en los estudios sobre el movimiento estudiantil del 68, el exministro de la Suprema Corte José Ramón Cossío nos entrega una labor realizada por varias décadas: el análisis de los 60 tomos de aquel proceso, y presenta las evidencias que demuestran los vicios del juicio, las confesiones del ministerio público, las frases autoinculporatorias del juez y las defensas desesperadas de los estudiantes torturados que intentaban evitar Lecumberri.

Desarrollo de nuevos productos. Una visión integral Cengage Learning Editores

1968el fuego de la esperanzaSiglo XXI

diferencias estratégicas en dos campañas electorales : Vicente Fox, Francisco Labastida Palibrio

Marketing político Siglo XXI

Los procesos de México 68 UNAM

Valor de la Tecnología. en El Siglo Xxi Angélica María Rodríguez Be

de la planeación a la acción Siglo XXI

Mercadotecnia Julio César Ruíz Martínez

Estragias competitivas para las empresas exportadoras de aguacate Ecoe Ediciones

El uso político del derecho contra el movimiento estudiantil