



## Estimados amigos:

Año con año vemos pasar ante nosotros los acontecimientos y avances tecnológicos que están cambiando el rumbo de nuestras vidas. El día de hoy nos sentimos orgullosos de formar parte de esa transformación, al estar más comprometidos que nunca con los procesos de enseñanza, aprendizaje e investigación. Es con el mismo orgullo que presentamos nuestros nuevos Catálogos de Publicaciones 2009, resultado de un arduo trabajo que tiene como prioridad, satisfacer íntegramente las necesidades del mercado educativo.

El mundo no se detiene y *Cengage Learning* tampoco, día a día nos mantenemos a la vanguardia editorial al ofrecer una insuperable calidad de contenidos, recursos tecnológicos inigualables, y ahora por primera vez, al alcance del mercado latinoamericano; *Cengage Now*, una herramienta en línea que complementa los sistemas educativos más exigentes, e *iChapters*, la nueva forma de comprar libros, *eBooks* o capítulos electrónicos de una manera más fácil y rápida.

Uno de nuestros objetivos es marcar la tendencia a seguir, por eso a poco más de un año de nuestra transformación de Thomson Learning a Cengage Learning estamos seguros que la evolución debe continuar, es un proceso imparables que gracias a nuestros socios y colegas se convierte en una pasión y un compromiso con la enseñanza, que permanecerá a lo largo del tiempo.

Gracias por formar parte de esta evolución.

*Cengage Learning*  
*El conocimiento nos compromete*

Atentamente,

**Javier Arellano**

Presidente Cengage Learning Latinoamérica



## ADMINISTRACIÓN

- Administración • Richard L. Daft 2
- Administración. Un enfoque basado en competencias • Don Hellriegel/Susan E. Jackson *et al.* 3
- Código de ética del licenciado en administración • CONLA 3
- Administración de los sistemas de información • Effy Oz 4
- Cómo elaborar y usar los manuales administrativos • Joaquín Rodríguez Valencia 5
- Dirección moderna de organizaciones • Joaquín Rodríguez Valencia 5
- La experiencia del liderazgo • Richard L. Daft 6
- El futuro de los negocios • Lawrence J. Gitman/Carl McDaniel 7
- Estudio de sistemas y procedimientos administrativos • Joaquín Rodríguez Valencia 8
- Introducción a la administración con un enfoque de sistemas • Joaquín Rodríguez Valencia 9
- Introducción a los negocios • Robert A. Ristau 9
- Liderazgo. Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades • Robert N. Lussier/Christopher F. Achua 10
- Organización contable y administrativa de las empresas • Joaquín Rodríguez Valencia 11
- Supervisión. Desarrollo del *empowerment*, desarrollo de equipos de trabajo y su motivación • Donald C. Mosley/Leon C. Megginson *et al.* 11
- Teoría y diseño organizacional • Richard L. Daft 12
- Teorías de la administración • Reinaldo O. da Silva 12
- Introducción a la administración • Richard L. Daft/Dorothy Marcic 13
- Perspectivas de la administración internacional • Rodal/Rodríguez *et al.* 14
- Fusiones y adquisiciones en la práctica • José Nicolás Marín/Werner Ketelhöhn Escobar 14
- Administración exitosa de proyectos • Jack Gido/James P. Clements 15
- Adquisiciones y abastecimientos • Cristóbal del Río González 15

## COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

- Desarrollo organizacional y cambio • Thomas G. Cummings/Christopher G. Worley 16
- Gestión y conocimiento en organizaciones que aprenden • Eduardo Soto/Alons Sauquet 17
- Comportamiento organizacional • Don Hellriegel/John W. Slocum 17

## ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

- Liderazgo emprendedor. Cómo ser un emprendedor de éxito y no morir en el intento • Alejandro Lerma/Ma. Antonieta Martín Granados *et al.* 18
- Administración de pequeñas y medianas empresas • Joaquín Rodríguez Valencia 18
- Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras • Justin G. Longenecker/Carlos W. Moore *et al.* 19
- Empresas familiares • Ernesto J. Poza 20
- Las PYMES ante el reto del Siglo XXI. Los nuevos mercados globales • Eduardo Soto/Simon L. Dolan *et al.* 20

## ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y LAS OPERACIONES

- Administración de producción y operaciones • Norman Gaither/Greg Frazier 21
- Administración y control de la calidad • James R. Evans/William M. Lindsay 21
- Administración de operaciones. Bienes, servicios y cadenas de valor • David A. Collier/James R. Evans 22
- Administración de la producción y las operaciones. Enfoque de sistemas • David F. Muñoz Negrón 22

# Índice por área



## ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

- Administración de prestaciones. Su valoración, otorgamiento y aplicación • Julio Torres Díaz 23
- Administración de recursos humanos • George Bohlander/Scott Snell 23
- Administración moderna de personal • Joaquín Rodríguez Valencia 24
- Psicología aplicada al trabajo • Paul M. Muchinsky 25

## ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

- Administración estratégica. Competitividad y globalización. Conceptos y casos • Michael A. Hitt/R. Duane Ireland 26
- Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa • Joaquín Rodríguez Valencia 27

## AUDITORÍA

- Auditoría. Fundamentos • Juan Ramón Santillana González 27
- Auditoría. Un enfoque práctico • Benjamín Rolando Téllez Trejo 28
- Auditoría interna integral. Administrativa, operacional y financiera • Juan Ramón Santillana González 28
- Auditoría 1. Fundamentos de auditoría de estados financieros • Israel Osorio Sánchez 29
- El contralor. Responsabilidades y funciones • Víctor Paniagua Bravo/Miriam Paniagua Pinto *et al.* 29
- El dictamen en la contaduría pública • Benjamín Rolando Téllez Trejo 30
- Elementos de auditoría • Víctor Manuel Mendivil Escalante 30
- Establecimiento de sistemas de control interno. Función de contraloría • Juan Ramón Santillana González 31
- Fundamentos de control interno • Abraham Perdomo Moreno 31
- Práctica elemental de auditoría. Material de consulta y de trabajo y guía para su resolución • Víctor Manuel Mendivil Escalante 32
- Práctica de auditoría financiera y fiscal • Benjamín Rolando Téllez Trejo 33

## COMPUTACIÓN

- Microsoft Office 2007. Windows Vista. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen/Carol M. Cram *et al.* 34
- Microsoft Windows Vista. Fundamentos. Serie Libro Visual • Harry Phillips 35
- Microsoft Office XP. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen/Jennifer A. Duffy *et al.* 36
- Microsoft Office 2003. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen/Carol Cram *et al.* 37
- Microsoft Office PowerPoint 2007. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen 38
- Microsoft Office Word 2007. Introducción. Serie Libro Visual • Jennifer Duffy 39
- Microsoft Office Excel 2007. Introducción. Serie Libro Visual • Elizabeth Eisner Reding 40

## CONTABILIDAD BÁSICA

- Fundamentos de contabilidad • Vartkes Hartzacorzian Hovsepian 41
- Introducción a la contaduría. Fundamentos • Enrique Paz Zavala 42
- Proceso contable 1. Contabilidad fundamental • Arturo Elizondo López 43
- Proceso contable 2. Contabilidad fundamental • Arturo Elizondo López 43
- Proceso contable 3. Contabilidad del activo y pasivo • Arturo Elizondo López 44
- Proceso contable 4. Contabilidad del capital • Arturo Elizondo López 44

## CONTABILIDAD DE COSTOS

- Administración de costos. Contabilidad y control • Don R. Hansen/Maryanne M. Mowen 45
- Contabilidad de costos. Tradiciones e innovaciones • Jesse T. Barfield/Cecily A. Raiborn *et al.* 46
- Costo de alimentos y bebidas. Control, toma de decisiones, competencia y contabilización • Cristóbal del Río González 47
- Costo integral conjunto. El método más actualizado, revolucionario y práctico • Cristóbal del Río González 47
- Costos para administradores y dirigentes • Cristóbal del Río González/Cristóbal del Río Sánchez 48
- Costos I. Históricos • Cristóbal del Río González 48
- Costos II. Predeterminados, de operación y costo variable • Cristóbal del Río González 49
- Costos III • Cristóbal del Río González 49
- Contabilidad administrativa • Carl S. Warren/James M. Reeve *et al.* 50

## CONTABILIDAD FINANCIERA

- Contabilidad financiera • Carl S. Warren/James M. Reeve 50

## CONTABILIDAD INTERMEDIA

- Cómo hacer y rehacer una contabilidad • Juan Ramón Santillana González 51
- Contabilidad de sociedades • Manuel Resa García 51
- Contabilidad de sociedades mercantiles • Abraham Perdomo Moreno 52
- Diccionario contable, administrativo y fiscal • José Isauro López López 53

## PRESUPUESTOS

- El presupuesto • Cristóbal del Río González • Raymundo del Río González 53

## DERECHO

- Derecho corporativo y la empresa • Roberto Sanromán Aranda/Angélica Cruz Gregg 54
- Derecho del trabajo • Patricia Lemus Raya 54
- Derecho de los negocios. Tópicos de derecho privado • Juan Antonio Rangel Charles/Roberto Sanromán Aranda 55

## DERECHO FISCAL

- Impuesto sobre la renta. Personas físicas no empresarias • Ma. Antonieta Martín Granados/Susana Mireles *et al.* 56
- Impuesto sobre la renta. Impuesto empresarial a tasa única e impuesto a los depósitos en efectivo •  
Ma. Antonieta Martín Granados/Susana Mireles *et al.* 57
- Lecciones de derecho tributario • Antonio Jiménez González 58
- Prontuario fiscal correlacionado. Casos prácticos 2009 • Cengage Learning 58
- Prontuario fiscal correlacionado. Estudiantil 2009 • Cengage Learning 59

## ECONOMÍA

- Precios de transferencia. Estrategias económica y normativa • Rubén Mosqueda Almanza 59
- Principios de economía • N. Gregory Mankiw 60
- Economía. Principios y aplicaciones • R. E. Hall/M. Lieberman 61
- Historia del pensamiento económico • Stanley L. Brue/Randy R. Grant 62

# Índice por área



- Economía para la toma de decisiones • Héctor Viscencio Brambila/ITESM-Monterrey 63
- Fundamentos de economía • Irvin B. Tucker 63
- Métodos dinámicos en economía. Otra búsqueda del tiempo perdido • Irma Beatriz Rumbos Pellicer/Héctor Lomelí Ortega 64
- Introducción a la econometría. Un enfoque moderno • Jeffrey M. Wooldridge 65

## ECONOMÍA INTERNACIONAL

- Economía internacional • Robert J. Carbaugh 66

## MACROECONOMÍA

- Macroeconomía. Principios y aplicaciones • Robert E. Hall/Marc Lieberman 67
- Macroeconomía. Teorías, políticas y aplicaciones internacionales • Roger LeRoy Miller/David D. VanHoose 68

## MICROECONOMÍA

- Microeconomía • Antonio Bassols Zaleta 69
- Microeconomía. Principios y aplicaciones • Robert E. Hall/Marc Lieberman 70
- Teoría microeconómica. Principios básicos y ampliaciones • Walter Nicholson 71
- Microeconomía intermedia y sus aplicaciones • Walter Nicholson 72

## ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

- Organización industrial. Teorías y prácticas contemporáneas • Lynne Pepall/Daniel J. Richards *et al.* 73

## ESTADÍSTICA

- Estadística matemática con aplicaciones • Dennis D. Wackerly/William Mendenhall III *et al.* 74
- Estadística para administración y economía • David R. Anderson/Dennis J. Sweeney *et al.* 75
- Introducción a la estadística para negocios • Ronald M. Weiers 76
- Introducción a la probabilidad y estadística • William Mendenhall/Robert J. Beaver *et al.* 77
- Métodos cuantitativos para los negocios • David R. Anderson/Dennis J. Sweeney *et al.* 78
- Pronósticos, series de tiempo y regresión. Un enfoque aplicado • Bruce L. Bowerman/Richard T. O'Connell *et al.* 78

## FINANZAS

- Administración financiera contemporánea • R. Charles Moyer/James R. McGuigan *et al.* 79
- Finanzas básicas. Para no financieros • Héctor Ortiz Anaya 80
- Riesgos financieros y económicos. Productos derivados y decisiones económicas bajo incertidumbre • Francisco Venegas Martínez 80
- Administración financiera internacional • Jeff Madura 81
- Mercados e instituciones financieras • Jeff Madura 82
- Análisis e interpretación de estados financieros • Abraham Perdomo Moreno 83
- Elementos básicos de administración financiera • Abraham Perdomo Moreno 84
- Finanzas corporativas • Michael C. Ehrhardt/Eugene F. Brigham 85
- Formulación y evaluación de proyectos de inversión • Abraham Hernández Hernández/Abraham Hernández Villalobos *et al.* 85
- Fundamentos de administración financiera • Eugene F. Brigham/Joel F. Houston 86
- Fundamentos de administración financiera • Scott Besley/Eugene Brigham 87

- Para entender la bolsa. Financiamiento e inversión en el mercado de valores • Arturo Rueda 87
- Planeación financiera. Para épocas normales y de inflación • Abraham Perdomo Moreno 88
- Gestión eficaz de plan de cobros. Cómo diseñar e implementar con éxito un plan de cobros • Manuel L. Ramos Morel 89

## INFORMÁTICA

- Sistemas operativos • Ida Flynn/Ann McIver Mchoes 90
- Principios de sistemas de información • Ralph M. Stair/George W. Reynolds 90

## MATEMÁTICAS APLICADAS

- Matemáticas para administración y economía • Soo Tang Tan 91
- Problemario de matemáticas para administración y economía • Jaime Castro Pérez/Andrés González Nucamendi 92

## MATEMÁTICAS FINANCIERAS

- Matemáticas financieras • Héctor Manuel Vidaurri Aguirre 92
- Matemáticas financieras. Teoría y práctica • Abraham Hernández Hernández 93
- Problemario de matemáticas financieras • Abraham Hernández Hernández/Abraham Hernández Villalobos *et al.* 93

## COMPORTEAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Comportamiento del consumidor • Roger Blackwell/Paul Miniard *et al.* 94

## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Investigación de mercados • William G. Zikmund/Barry J. Babin 95
- Investigación de mercados • Gilbert A. Churchill, Jr. 96
- Investigación de mercados • Carl McDaniel/Roger Gates 97

## MARKETING

- Fundamentos de marketing • Charles W. Lamb, Jr./Joseph F. Hair, Jr. *et al.* 98
- Fundamentos de marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos • K. Douglas Hoffman/John E. G. Bateson 99
- Guía para el desarrollo de productos. Un enfoque global • Alejandro Lerma Kirchner 99
- Marketing • Charles W. Lamb Jr./Joseph F. Hair *et al.* 100
- Principios de marketing y sus mejores prácticas • Hoffman/Czinkota *et al.* 101
- Marketing agropecuario. Un enfoque global • Carlos A. J. Molinari 102

## MARKETING ESTRATÉGICO

- Administración de mercadotecnia • Michael R. Czinkota/Masaaki Kotabe 102
- Comercio electrónico • Dotty Boen Oeklers 103
- Gerencia estratégica de mercadeo • Michael Metzger/Victor Donaire 103
- Estrategia de marketing • O. C. Ferrell/Michael D. Hartline 104
- Planning: cómo hacer el planteamiento estratégico de las comunicaciones • Alan Cooper 104

# Índice por área



## **PUBLICIDAD**

Publicidad • María Townsley **105**

Publicidad y comunicación integral de marca • Thomas C. O'Guinn/Chris T. Allen *et al.* **105**

Publicidad. Un enfoque latinoamericano • Ricardo Fernández Valiñas/Rodolfo Urdiain Farcug **106**

## **RELACIONES PÚBLICAS**

Relaciones públicas aplicadas. Un camino hacia la productividad • Salvador Mercado H. **106**

## **MARKETING INTERNACIONAL**

Comercio y mercadotecnia internacional • Alejandro Lerma Kirchner **107**

Marketing internacional • Michael R. Czinkota/Ilkka A. Ronkainen **107**

Marketing internacional. Teoría y 50 casos prácticos • Hyun-Sook Lee Kim **108**

Negocios internacionales • Michael R. Czinkota/Ilkka A. Ronkainen *et al.* **108**

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Metodología de la investigación. Desarrollo de la inteligencia • Maurice Eyssautier de la Mora **109**

Metodología de la investigación contable • Arturo Elizondo López **110**

Técnicas de investigación documental • Yolanda Jurado Rojas **110**

## **NEGOCIOS**

Ética en los negocios. Un enfoque de administración de los *stakeholders* y de casos • Joseph W. Weiss **111**

Ética actual y profesional. Lecturas para la convivencia global en el Siglo XXI • Alberto Hernández **112**

Relaciones humanas • Marie Dalton/Dawn Hoyle *et al.* **113**

## **GALE**

Encyclopedia of Business Information Sources **116**

Encyclopedia of Small Business **116**

Encyclopedia of Business & Finance **117**

Small Business Sourcebook **117**

Market Share Reporter **118**

Business & Company Resource Center **118**

## **MOBILE EDUCATION 119**

## A

- Administración • Richard L. Daft 2
- Administración de costos. Contabilidad y control • Don R. Hansen/Maryanne M. Mowen 45
- Administración de la producción y las operaciones. Enfoque de sistemas • David F. Muñoz Negrón 22
- Administración de los sistemas de información • Effy Oz 4
- Administración de mercadotecnia • Michael R. Czinkota/Masaaki Kotabe 102
- Administración de operaciones. Bienes, servicios y cadenas de valor • David A. Collier/James R. Evans 22
- Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras • Justin G. Longenecker/Carlos W. Moore *et al.* 19
- Administración de pequeñas y medianas empresas • Joaquín Rodríguez Valencia 18
- Administración de prestaciones. Su valoración, otorgamiento y aplicación • Julio Torres Díaz 23
- Administración de producción y operaciones • Norman Gaither/Greg Frazier 21
- Administración de recursos humanos • George Bohlander/Scott Snell 23
- Administración estratégica. Competitividad y globalización. Conceptos y casos • Michael A. Hitt/R. Duane Ireland 26
- Administración exitosa de proyectos • Jack Gido/James P. Clements 15
- Administración financiera contemporánea • R. Charles Moyer/James R. McGuigan *et al.* 79
- Administración financiera internacional • Jeff Madura 81
- Administración moderna de personal • Joaquín Rodríguez Valencia 24
- Administración y control de la calidad • James R. Evans/William M. Lindsay 21
- Administración. Un enfoque basado en competencias • Don Hellriegel/Susan E. Jackson *et al.* 3
- Adquisiciones y abastecimientos • Cristóbal del Río González 15
- Análisis e interpretación de estados financieros • Abraham Perdomo Moreno 83
- Auditoría 1. Fundamentos de auditoría de estados financieros • Israel Osorio Sánchez 29
- Auditoría interna integral. Administrativa, operacional y financiera • Juan Ramón Santillana González 28
- Auditoría. Fundamentos • Juan Ramón Santillana González 27
- Auditoría. Un enfoque práctico • Benjamín Rolando Téllez Trejo 28

## B

- Business & Company Resource Center 118

## C

- Código de ética del licenciado en administración • CONLA 3
- Comercio electrónico • Dotty Boen Oeklers 103
- Comercio y mercadotecnia internacional • Alejandro Lerma Kirchner 107
- Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa • Joaquín Rodríguez Valencia 27
- Cómo elaborar y usar los manuales administrativos • Joaquín Rodríguez Valencia 5
- Cómo hacer y rehacer una contabilidad • Juan Ramón Santillana González 51
- Comportamiento del consumidor • Roger Blackwell/Paul Miniard *et al.* 94
- Comportamiento organizacional • Don Hellriegel/John W. Slocum 17
- Contabilidad administrativa • Carl S. Warren/James M. Reeve *et al.* 50
- Contabilidad de costos. Tradiciones e innovaciones • Jesse T. Barfield/Cecily A. Raiborn *et al.* 46

# Índice por título

## C-E

- Contabilidad de sociedades • Manuel Resa García 51
- Contabilidad de sociedades mercantiles • Abraham Perdomo Moreno 52
- Contabilidad financiera • Carl S. Warren/James M. Reeve 50
- Costo de alimentos y bebidas. Control, toma de decisiones, competencia y contabilización • Cristóbal del Río González 47
- Costo integral conjunto. El método más actualizado, revolucionario y práctico • Cristóbal del Río González 47
- Costos I. Históricos • Cristóbal del Río González 48
- Costos II. Predeterminados, de operación y costo variable • Cristóbal del Río González 49
- Costos III • Cristóbal del Río González 49
- Costos para administradores y dirigentes • Cristóbal del Río González/Cristóbal del Río Sánchez 48

## D

- Derecho corporativo y la empresa • Roberto Sanromán Aranda/Angélica Cruz Gregg 54
- Derecho de los negocios. Tópicos de derecho privado • Juan Antonio Rangel Charles/Roberto Sanromán Aranda 55
- Derecho del trabajo • Patricia Lemus Raya 54
- Desarrollo organizacional y cambio • Thomas G. Cummings/Christopher G. Worley 16
- Diccionario contable, administrativo y fiscal • José Isauro López López 53
- Dirección moderna de organizaciones • Joaquín Rodríguez Valencia 5

## E

- Economía internacional • Robert J. Carbaugh 66
- Economía para la toma de decisiones • Héctor Viscencio Brambila/ITESM-Monterrey 63
- Economía. Principios y aplicaciones • R. E. Hall/M. Lieberman 61
- EDUCACIÓN A DISTANCIA 120
- El contralor. Responsabilidades y funciones • Víctor Paniagua Bravo/Miriam Paniagua Pinto *et al.* 29
- El dictamen en la contaduría pública • Benjamín Rolando Téllez Trejo 30
- El futuro de los negocios • Lawrence J. Gitman/Carl McDaniel 7
- El presupuesto • Cristóbal del Río González 53
- Elementos básicos de administración financiera • Abraham Perdomo Moreno 84
- Elementos de auditoría • Víctor Manuel Mendívil Escalante 30
- Empresas familiares • Ernesto J. Poza 20
- Encyclopedia of Business & Finance 117
- Encyclopedia of Business Information Sources 116
- Encyclopedia of Small Business 116
- Establecimiento de sistemas de control interno. Función de contraloría • Juan Ramón Santillana González 31
- Estadística matemática con aplicaciones • Dennis D. Wackerly/William Mendenhall III *et al.* 74
- Estadística para administración y economía • David R. Anderson/Dennis J. Sweeney *et al.* 75
- Estrategia de marketing • O. C. Ferrell/Michael D. Hartline 104
- Estudio de sistemas y procedimientos administrativos • Joaquín Rodríguez Valencia 8
- Ética actual y profesional. Lecturas para la convivencia global en el Siglo XXI • Alberto Hernández 112
- Ética en los negocios. Un enfoque de administración de los stakeholders y de casos • Joseph W. Weiss 111

### F

- Finanzas básicas. Para no financieros • Héctor Ortiz Anaya **80**
- Finanzas corporativas • Michael C. Ehrhardt/Eugene F. Brigham **85**
- Formulación y evaluación de proyectos de inversión • Abraham Hernández Hernández/Abraham Hernández Villalobos *et al.* **85**
- Fundamentos de administración financiera • Eugene F. Brigham/Joel F. Houston **86**
- Fundamentos de administración financiera • Scott Besley/Eugene Brigham **87**
- Fundamentos de contabilidad • Vartkes Hartzacorzian Hovsepian **41**
- Fundamentos de control interno • Abraham Perdomo Moreno **31**
- Fundamentos de economía • Irvin B. Tucker **63**
- Fundamentos de marketing • Charles W. Lamb, Jr./Joseph F. Hair, Jr. *et al.* **98**
- Fundamentos de marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos • K. Douglas Hoffman/John E. G. Bateson **99**
- Fusiones y adquisiciones en la práctica • José Nicolás Marin/Werner Ketelhöhn Escobar **14**

### G

- Gerencia estratégica de mercadeo • Michael Metzger/Victor Donaire **103**
- Gestión eficaz de plan de cobros. Cómo diseñar e implementar con éxito un plan de cobros • Manuel L. Ramos Morel **89**
- Gestión y conocimiento en organizaciones que aprenden • Eduardo Soto/Alons Sauquet **17**
- Guía para el desarrollo de productos. Un enfoque global • Alejandro Lerma Kirchner **99**

### H

- Historia del pensamiento económico • Stanley R. Brue/Randy R. Grant **62**

### I

- Impuesto sobre la renta. Impuesto empresarial a tasa única e impuesto a los depósitos en efectivo •  
Ma. Antonieta Martín Granados/Susana Mireles *et al.* **57**
- Impuesto sobre la renta. Personas físicas no empresarias • Ma. Antonieta Martín Granados/Susana Mireles *et al.* **56**
- Introducción a la administración • Richard L. Daft/Dorothy Marcic **13**
- Introducción a la administración con un enfoque de sistemas • Joaquín Rodríguez Valencia **9**
- Introducción a la contaduría. Fundamentos • Enrique Paz Zavala **42**
- Introducción a la econometría. Un enfoque moderno • Jeffrey M. Wooldridge **65**
- Introducción a la estadística para negocios • Ronald M. Weiers **76**
- Introducción a la probabilidad y estadística • William Mendenhall/Robert J. Beaver *et al.* **77**
- Introducción a los negocios • Robert A. Ristau **9**
- Investigación de mercados • Carl McDaniel/Roger Gates **97**
- Investigación de mercados • Gilbert A. Churchill, Jr. **96**
- Investigación de mercados • William G. Zikmund/Barry J. Babin **95**

### L

- La experiencia del liderazgo • Richard L. Daft **6**
- Las PYMES ante el reto del Siglo XXI. Los nuevos mercados globales • Eduardo Soto/Simon L. Dolan *et al.* **20**

# Índice por título

## L-O

- Lecciones de derecho tributario • Antonio Jiménez González 57
- Liderazgo emprendedor. Cómo ser un emprendedor de éxito y no morir en el intento • Alejandro Lerma/Ma. Antonieta Martín Granados *et al.* 18
- Liderazgo. Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades • Robert N. Lussier/Christopher F. Achua 10

### M

- Macroeconomía. Principios y aplicaciones • Robert E. Hall/Marc Lieberman 67
- Macroeconomía. Teorías, políticas y aplicaciones internacionales • Roger LeRoy Miller/David D. VanHoose 68
- Market Share Reporter 118
- Marketing • Charles W. Lamb Jr./Joseph F. Hair *et al.* 100
- Marketing agropecuario. Un enfoque global • Carlos A. J. Molinari 102
- Marketing internacional • Michael R. Czinkota/Ilkka A. Ronkainen 107
- Marketing internacional. Teoría y 50 casos prácticos • Hyun-Sook Lee Kim 108
- Matemáticas financieras • Héctor Manuel Vidaurri Aguirre 92
- Matemáticas financieras. Teoría y práctica • Abraham Hernández Hernández 93
- Matemáticas para administración y economía • Soo Tang Tan 91
- Mercados e instituciones financieras • Jeff Madura 82
- Metodología de la investigación contable • Arturo Elizondo López 110
- Metodología de la investigación. Desarrollo de la inteligencia • Maurice Eyssautier de la Mora 109
- Métodos cuantitativos para los negocios • David R. Anderson/Dennis J. Sweeney *et al.* 78
- Métodos dinámicos en economía. Otra búsqueda del tiempo perdido • Irma Beatriz Rumbos Pellicer/Héctor Lomelí Ortega 64
- Microeconomía • Antonio Bassols Zaleta 69
- Microeconomía intermedia y sus aplicaciones • Walter Nicholson 72
- Microeconomía. Principios y aplicaciones • Robert E. Hall/Marc Lieberman 70
- Microsoft Office 2003. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen/Carol Cram *et al.* 37
- Microsoft Office 2007. Windows Vista. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen/Carol M. Cram *et al.* 34
- Microsoft Office Excel 2007. Introducción. Serie Libro Visual • Elizabeth Eisner Reding 40
- Microsoft Office PowerPoint 2007. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen 38
- Microsoft Office Word 2007. Introducción. Serie Libro Visual • Jennifer Duffy 39
- Microsoft Office XP. Introducción. Serie Libro Visual • David W. Beskeen/Jennifer A. Duffy *et al.* 36
- Microsoft Windows Vista. Fundamentos. Serie Libro Visual • Harry Phillips 35
- Mobile Education 119

### N

- Negocios internacionales • Michael R. Czinkota/Ilkka A. Ronkainen *et al.* 108

### O

- Organización contable y administrativa de las empresas • Joaquín Rodríguez Valencia 11
- Organización industrial. Teorías y prácticas contemporáneas • Lynne Pepall/Daniel J. Richards *et al.* 73

### P

- Para entender la bolsa. Financiamiento e inversión en el mercado de valores • Arturo Rueda 87
- Perspectivas de la administración internacional • Rodal/Rodríguez *et al.* 14
- Planeación financiera. Para épocas normales y de inflación • Abraham Perdomo Moreno 88
- Planning: cómo hacer el planteamiento estratégico de las comunicaciones • Alan Cooper 104
- Práctica de auditoría financiera y fiscal • Benjamín Rolando Téllez Trejo 33
- Práctica elemental de auditoría. Material de consulta y de trabajo y guía para su resolución • Víctor Manuel Mendívil Escalante 32
- Precios de transferencia. Estrategias económica y normativa • Rubén Mosqueda Almanza 59
- Principios de economía • N. Gregory Mankiw 60
- Principios de marketing y sus mejores prácticas • Hoffman/Czinkota *et al.* 101
- Principios de sistemas de información • Ralph M. Stair/George W. Reynolds 90
- Problemario de matemáticas financieras • Abraham Hernández Hernández/Abraham Hernández Villalobos *et al.* 93
- Problemario de matemáticas para administración y economía • Jaime Castro Pérez/Andrés González Nucamendi 92
- Proceso contable 1. Contabilidad fundamental • Arturo Elizondo López 43
- Proceso contable 2. Contabilidad fundamental • Arturo Elizondo López 43
- Proceso contable 3. Contabilidad del activo y pasivo • Arturo Elizondo López 44
- Proceso contable 4. Contabilidad del capital • Arturo Elizondo López 44
- Pronósticos, series de tiempo y regresión. Un enfoque aplicado • Bruce L. Bowerman/Richard T. O'Connell *et al.* 78
- Prontuario fiscal correlacionado. Casos prácticos 2009 • Cengage Learning 58
- Prontuario fiscal correlacionado. Estudiantil 2009 • Cengage Learning 59
- Psicología aplicada al trabajo • Paul M. Muchinsky 25
- Publicidad • María Townsley 105
- Publicidad y comunicación integral de marca • Thomas C. O'Guinn/Chris T. Allen *et al.* 105
- Publicidad. Un enfoque latinoamericano • Ricardo Fernández Valiñas/Rodolfo Urdiain Farcug 106

### R

- Relaciones humanas • Marie Dalton/Dawn Hoyle *et al.* 113
- Relaciones públicas aplicadas. Un camino hacia la productividad • Salvador Mercado H. 106
- Riesgos financieros y económicos. Productos derivados y decisiones económicas bajo incertidumbre • Francisco Venegas Martínez 80

### S

- Sistemas operativos • Ida Flynn/Ann Mclver Mchoes 90
- Small Business Sourcebook 117
- Supervisión. Desarrollo del empowerment, desarrollo de equipos de trabajo y su motivación • Donald C. Mosley/Leon C. Megginson *et al.* 11

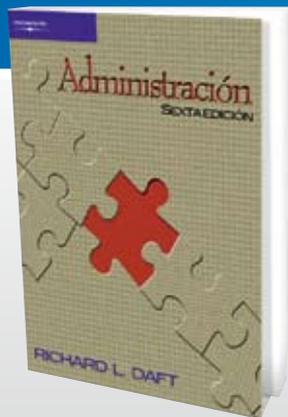
### T

- Técnicas de investigación documental • Yolanda Jurado Rojas 110
- Teoría microeconómica. Principios básicos y ampliaciones • Walter Nicholson 71
- Teoría y diseño organizacional • Richard L. Daft 12
- Teorías de la administración • Reinaldo O. da Silva 12



# Negocios y economía





**Richard L. Daft**

6a. edición, © 2004  
Formato: 19 x 24.5 cm  
784 pp.

ISBN 970-686-390-7  
ISBN13 978-970-686-390-4

Esta obra es una explotación de las nuevas ideas de la administración en una forma interesante y útil para los estudiantes, sin olvidar lo mejor del pensamiento tradicional. Incluye los conceptos y la investigación más recientes, lo mismo que la aplicación moderna de las ideas de administración en las organizaciones. Gracias a la combinación de la doctrina tradicional, con los conceptos nuevos y las aplicaciones concretas, los estudiantes tendrán idea de los retos, la pasión y la aventura que ofrece una disciplina tan dinámica como la administración.

### CARACTERÍSTICAS

- Estilo ameno y fluido, abundantes ejemplos y recuadros que dan vida a los conceptos.
- Las ilustraciones y fotografías rebasan los fines ornamentales y apoyan sólidamente el esclarecimiento de conceptos y aspectos de la administración, además ofrecen una mirada íntima de escenas, hechos y personas relacionadas con el medio. Las fotografías se combinan con breves ensayos que permiten visualizar y “experimentar” ciertos conceptos. El texto y el diseño conforman una unidad armoniosa y captan el mundo a menudo distante y abstracto de la administración.
- A lo largo de la obra se presenta una perspectiva centrada en el futuro, en especial en las expectativas relacionadas con la formación de los gerentes. Para ello se identifican y describen los elementos recientes y ejemplos del nuevo lugar de trabajo, así como el paradigma cambiante de la administración.

### CONTENIDO

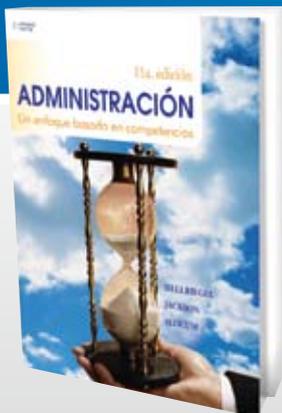
- I. Introducción a la administración.
  1. Administración del nuevo lugar de trabajo.
  2. Reseña histórica de la administración.
- II. El ambiente de la administración.
  1. El ambiente y la cultura corporativa.
  2. Administración en un ambiente global.
  3. Ética de la administración y responsabilidad social de la empresa.
  4. La pequeña empresa y las nuevas empresas de Internet.
- III. Planeación.
  1. La planeación organizacional y el establecimiento de metas.
  2. Formulación e implementación de estrategias.
  3. Toma de decisiones gerenciales.
- IV. Organización.
  1. Aspectos fundamentales de la organización.
  2. Uso del diseño estructural para cumplir las metas estratégicas.
  3. Cambio y desarrollo.
  4. Administración de recursos humanos.
  5. Administración de la diversidad de la fuerza de trabajo.
- V. Liderazgo.
  1. Fundamentos del comportamiento en las organizaciones.
  2. Liderazgo en las organizaciones.
  3. Motivación en las organizaciones.
  4. Comunicación en las organizaciones.
  5. Equipos de trabajo en las organizaciones.
- VI. Control.
  1. La importancia del control.
  2. Tecnología de la información y negocios electrónicos.
  3. Operaciones y administración de servicios.

Glosario.

Índice de compañías.

Índice temático.

## ADMINISTRACIÓN UN ENFOQUE BASADO EN COMPETENCIAS



**Don Hellriegel/  
Susan E. Jackson et al.**

11a. edición, 2009  
Formato: 21 x 27 cm  
650 pp.

ISBN 970-830-067-5  
ISBN13 978-970-830-067-4

**NUEVO**

Este libro es único en el mercado por su enfoque basado en competencias. Combina de forma idónea los principios de la administración con las seis competencias centrales de ésta: autoadministración, acción estratégica, multicultural, trabajo en equipo, planeación y administración, y comunicación, al tiempo que cubre las fases del proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control.

### CARACTERÍSTICAS

- Combina la teoría con casos reales, actividades sugeridas, preguntas para debatir y aplicaciones, a fin de que el lector desarrolle las seis competencias gerenciales que marcan la nueva tendencia en la administración dentro de las organizaciones.
- Excelente presentación a todo color.
- Casos de directivos de empresas muy reconocidas en los que se demuestra el uso de sus competencias en la práctica.

### CONTENIDO

1. Desarrollo de las competencias gerenciales. 2. La enseñanza de la historia del pensamiento administrativo. 3. Ética y responsabilidad social. 4. Evaluación del entorno. 5. Administración global. 6. El espíritu emprendedor. 7. Formulación de planes y estrategias. 8. Toma de decisiones. 9. Auxiliares para la planeación y las decisiones. 10. El control en las organizaciones. 11. Diseño organizacional. 12. Innovación y cambio organizacional. 13. Administración de recursos humanos. 14. Motivación de los empleados. 15. Dinámica del liderazgo. 16. Comunicación efectiva. 17. Trabajo en equipo. 18. Cultura organizacional y diversidad cultural.

## CÓDIGO DE ÉTICA DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Esta obra constituye el camino que debe seguir en todas y cada una de las acciones que realiza el licenciado en administración, porque en ella están consignadas las normas que orientan el quehacer que como persona y profesional afronta día con día. En esta nueva versión se han fortalecido todos los preceptos que inciden en su actuación, aspectos que se revisan a la luz de una conciencia clara y con un sentido nacionalista; elementos que seguramente le permitirán acceder a un nivel de desempeño acorde con las exigencias de un mundo cada vez más abierto al cambio.

### CARACTERÍSTICAS

- Es un conjunto de normas que ordenan e imprimen sentido a los valores y principios de conducta del administrador, tales como compromiso, honestidad, lealtad, franqueza, integridad, respeto por los demás y sentido de responsabilidad, que sirven de fundamento a su actuación en todo tipo de actividad y entorno.

### CONTENIDO

1. ¿Qué es el código de ética del licenciado en administración? 2. Símbolo de los licenciados en administración. 3. Declaración de principios. 4. Principios éticos. 5. Antecedentes de la licenciatura en administración. 6. Antecedentes del Colegio Nacional de Licenciados en Administración. 7. Código de ética profesional. 8. Perfil ideal del licenciado en administración. 9. Conceptos y principios generales sobre la capacitación.

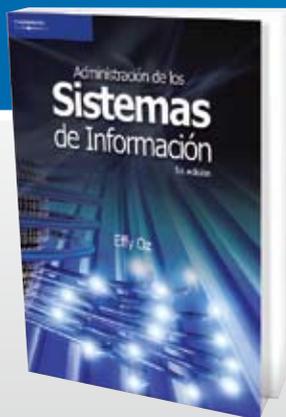


**CONLA**

8a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
44 pp.

ISBN 970-686-389-3  
ISBN13 978-970-686-389-8

## ADMINISTRACIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN



**Effy Oz**

5a. edición, © 2008  
Formato: 21 x 27 cm  
560 pp.

ISBN 970-686-776-7  
ISBN13 978-970-686-776-6

**NUEVO**

La quinta edición de este libro se ha revisado y puesto al día en forma amplia y efectiva, hecho que la convierte en el texto más actualizado en el mercado.

El texto cuenta con una nueva organización en sus capítulos y una cobertura de los conceptos que se relacionan con los sistemas de información. Cada una de sus secciones analiza casos de estudio, de negocios y ejemplos de situaciones reales. Además, de acuerdo con las tendencias de negocios actuales, en cada uno de ellos se analizan aspectos éticos y sociales, así como su relación con situaciones que surgen en el desempeño profesional, mismas que son aplicables a una amplia gama de egresados que pertenecen a diferentes disciplinas.

### CARACTERÍSTICAS

- La finalidad de esta obra es proporcionar una comprensión realista de los sistemas de información a los estudiantes de negocios, administración y de las ciencias computacionales.
- Ofrece bases firmes a los estudiantes de las tecnologías de información, mismas que podrán aplicar con éxito en su desempeño profesional sin importar los campos de acción o especialización que elijan.
- Esta nueva edición aporta material novedoso que se relaciona con la inteligencia de negocios, las tecnologías RFID, redes de conocimiento de los empleados, convergencia de la tecnología, phisnihg, offshoring, outsourcing y otros conceptos adicionales que se relacionan con el uso y las aplicaciones de las tecnologías de avanzada en los sistemas de información y en los negocios.
- El texto ofrece un equilibrio adecuado entre la información, la técnica y las aplicaciones reales.

### CONTENIDO

1. Sistemas de información de las empresas: un resumen.
2. Usos estratégicos de los sistemas de información.
3. Funciones empresariales y las cadenas de suministro.
4. Hardware empresarial.
5. Software empresarial.
6. Redes y telecomunicaciones.
7. Bases de datos y almacenes de datos.
8. La empresa habilitada por la Web.
9. Retos de los sistemas globales de información.
10. Soporte de decisiones y los sistemas expertos.
11. Inteligencia de negocios y administración del conocimiento.
12. Planificación y desarrollo de los sistemas.
13. Opciones en la adquisición de sistemas.
14. Riesgos, seguridad y recuperación ante desastres.



## CÓMO ELABORAR Y USAR LOS MANUALES ADMINISTRATIVOS



**Joaquín Rodríguez Valencia**

3a. edición, © 2002  
Formato: 16 x 23 cm  
180 pp.

ISBN 970-686-174-2  
ISBN13 978-970-686-174-0

Este libro ha sido escrito tomando en cuenta dos objetivos: el primero facilitar el tratamiento comprensivo en la elaboración de los manuales administrativos de forma adecuada, a fin de hacer una referencia rápida y ayudar a los profesionales de la administración a incrementar la efectividad de las funciones administrativas. El segundo es proporcionar una guía a los estudiantes del área económico-administrativa sobre los manuales administrativos.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta una metodología para la elaboración de manuales administrativos.
- Facilita a los estudiantes el conocimiento y la comprensión de los principales manuales utilizados en las empresas.
- Contiene una sección de casos para que el estudiante razone y aplique sus conocimientos.

### CONTENIDO

1. Estructura y organización de las empresas.
2. Diseño de las organizaciones.
3. Los manuales administrativos.
4. El manual de organización.
5. Manual de procedimientos.
6. Manual de políticas.
7. Los manuales por función específica.
8. El manual de manuales.

Casos de aplicación.

## DIRECCIÓN MODERNA DE ORGANIZACIONES

Este libro tiene por objetivo hacer una aportación práctica en el ámbito de la dirección moderna de organizaciones. Trata de dar respuesta a gran parte de las cuestiones que preocupan a la mayoría de los administradores actuales en el ámbito de la dirección del factor humano. A lo largo de 10 capítulos, el autor analiza la naturaleza de las empresas; el quehacer de los administradores, sus funciones y tareas básicas; las etapas del proceso del emprendedor; la acción de dirigir; la naturaleza del mando y autoridad; lo que debe hacer el administrador para aumentar o sostener el esfuerzo del personal para alcanzar los objetivos organizacionales; el sistema de comunicación; las funciones y grados de la supervisión; el liderazgo en las empresas mexicanas y por último el análisis de problemas y la toma de decisiones, trabajo en equipo, administración por objetivos y la administración de la calidad total.

### CARACTERÍSTICAS

- Es una guía para toda persona que ejerce o va a ejercer la dirección del factor humano en las organizaciones.
- Contiene un caso al final de cada capítulo donde el autor plantea una situación hipotética generalmente relacionada con problemas de liderazgo y dirección para que el lector la analice y se ejercite en la solución de problemas semejantes a los que puede enfrentarse en su quehacer profesional.
- Por su estructura es de utilidad para cursos de emprendedores.

### CONTENIDO

1. ¿Qué son y para qué existen las empresas?
2. El trabajo de los administradores.
3. El espíritu emprendedor.
4. El sistema de dirección en la organización.
5. Mando y autoridad.
6. La motivación.
7. La comunicación.
8. La supervisión.
9. El liderazgo.
10. Aspectos contextuales para el trabajo.



**Joaquín Rodríguez Valencia**

1a. edición, © 2006  
Formato: 19 x 24.5 cm  
440 pp.

ISBN 970-686-466-0  
ISBN13 978-970-686-466-6

## LA EXPERIENCIA DEL LIDERAZGO



**Richard L. Daft**

3a. edición, © 2006  
Formato: 19 x 24.5 cm  
720 pp.

ISBN 970-686-545-4  
ISBN13 978-970-686-545-8

El libro tiene por objetivo brindar al lector un panorama emocionante, práctico y global de la experiencia de liderazgo en el mundo actual. Cubre los conocimientos históricos de los estudios del liderazgo y las teorías tradicionales, a la vez que incorpora ideas novedosas, como la visión del liderazgo, la forma de liderar una organización que aprende y de configurar la cultura y los valores organizacionales. Este libro expande el tratamiento del liderazgo con el propósito de transmitir la emoción del tema de modo que motive a los estudiantes y que les lleve a desarrollar su potencial de liderazgo.

### CARACTERÍSTICAS

- Cada capítulo de la tercera edición incluye múltiples cuestionarios o ejercicios que permite que el lector aprenda cosas de sus propios valores, creencias, competencias y habilidades.
- Contiene secciones fijas como la de “Liderazgo en Operación”, que es una actividad práctica que tiene como fin desarrollar las habilidades del lector e involucrarlo con la aplicación de los conceptos del capítulo al liderazgo de la vida real.
- La sección “Análisis de Casos”, proporciona análisis de casos breves que manifiestan un problema. Estos casos ponen a prueba la habilidad del lector para aplicar los conceptos cuando trata con situaciones de liderazgo en la vida real.

### CONTENIDO

- Parte 1. Introducción al liderazgo.
  1. ¿Qué significa ser líder?
- Parte 2. Perspectivas de las investigaciones sobre el liderazgo.
  2. Rasgos, comportamientos y relaciones.
  3. Planteamientos coyunturales.
- Parte 3. El lado personal del liderazgo.
  4. El líder como individuo.
  5. Mente y corazón del liderazgo.
  6. El valor y el liderazgo moral.
  7. Los seguidores.
- Parte 4. El líder como creador de relaciones.
  8. Motivación y atribución de facultades (*empowerment*).
  9. Comunicación en el liderazgo.
  10. Liderar a equipos.
  11. Desarrollar el liderazgo para la diversidad.
  12. Poder e influencia del liderazgo.
- Parte 5. El líder como arquitecto social.
  13. Crear una visión y una dirección estratégica.
  14. Dar forma a la cultura y los valores.
  15. Diseñar y liderar una organización que aprende.
  16. Liderar el cambio.

## EL FUTURO DE LOS NEGOCIOS

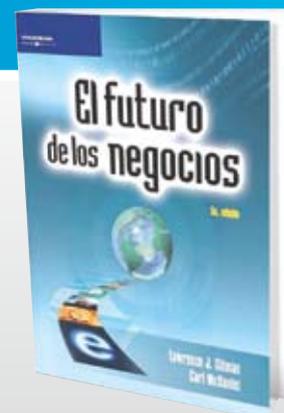
Es un libro escrito con un estilo muy accesible que facilita al estudiante la información, habilidades y técnicas que necesitará para desarrollarse en el campo profesional; cubre extensamente los principios y las prácticas más avanzadas de los negocios, ilustradas con ejemplos de negocios interesantes y relevantes. En él se identifican y estudian a fondo los grandes temas que darán forma al futuro de los negocios: satisfacción del cliente y calidad, ética, desarrollo de la carrera, administración de pequeñas empresas y emprendedores, oportunidades para negocios globales e impacto de la tecnología.

### CARACTERÍSTICAS

- El libro emplea una estructura singular de tres partes que ilustran los principios, las tendencias y las ideas.
- “Principios de los negocios”. Esta sección ofrece al lector un panorama amplio de las prácticas utilizadas en los negocios y les enseña principios básicos por medio de ejemplos del mundo real, desde las enormes compañías globales, hasta los pequeños negocios familiares que apenas inician.
- “Tendencias de negocios”. Explora aquellos factores fundamentales y tendencias que están reconfigurando el mundo actual de los negocios y el entorno de la competencia del mañana.
- “Grandes ideas para usar ya”. Proporciona consejos interesantes para sacar el mejor provecho de una carrera profesional o para convertirse en un consumidor inteligente.
- “Prepararse para el centro de trabajo del mañana”. Son ejercicios que desarrollan las habilidades necesarias para los negocios en el mundo real, algunos de ellos son actividades en equipo y están diferenciados con un ícono.
- “Casos de comercio electrónico”. En estos casos, el lector explora las estrategias de negocios de distintas compañías y analiza las decisiones de negocios para dar sus comentarios y respuestas.

### CONTENIDO

1. La participación en el entorno dinámico de los negocios. 2. La evolución de los sistemas económicos y de la competencia. 3. Toma de decisiones éticas y administración de la empresa socialmente responsable. 4. Competencia en los mercados globales. 5. La constitución legal de las sociedades mercantiles. 6. Desarrollo emprendedor. 7. Administración y liderazgo en las organizaciones de hoy. 8. Diseño de estructuras organizacionales. 9. Administración de recursos humanos. 10. Motivación de los empleados y formación de equipos autoadministrados. 11. Las relaciones obrero-patronales. 12. Administración de operaciones de clase mundial. 13. Entender al cliente y formulación de una estrategia de marketing. 14. Desarrollo de productos de calidad al precio correcto. 15. Distribución de los productos de manera oportuna y eficaz. 16. Uso de la comunicación integral del marketing para promover productos. 17. Uso de la tecnología para administrar la información. 18. Uso de la información financiera y la contable. 19. El dinero y las instituciones financieras. 20. Administración de las finanzas de una empresa. 21. Los valores y sus mercados. 22. Finanzas personales.



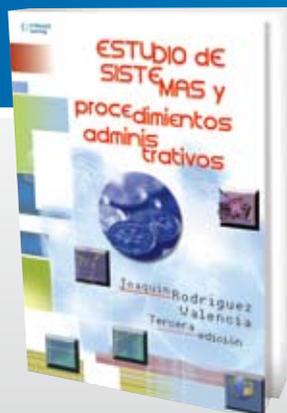
**Lawrence J. Gitman/  
Carl McDaniel**

5a. edición, © 2006  
Formato: 21 x 27 cm  
788 pp.

**ISBN 970-686-478-4**  
**ISBN13 978-970-686-478-9**



## ESTUDIO DE SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS



**Joaquín Rodríguez Valencia**

3a. edición, © 2002

Formato: 16 x 23 cm

300 pp.

ISBN 970-686-173-4

ISBN13 978-970-686-173-3

La finalidad del estudio de sistemas y procedimientos administrativos es ayudar a la Dirección Superior a planear y obtener las metas de la organización, a que haga del conocimiento general lo que se persigue, y contribuir a que el personal pueda satisfacer esos deseos. La revisión de ambos elementos de la administración busca mejorar los métodos, disminuir los costos del procesamiento de trabajo de oficina mediante la eliminación de la duplicidad de funciones, ineficiencias, desperdicios, así como desechar procedimientos anticuados. El libro es una excelente guía para los interesados en establecer los sistemas y procedimientos en su organización, de modo que persigan el logro de un objetivo común con arreglo a procedimientos establecidos.

### CARACTERÍSTICAS

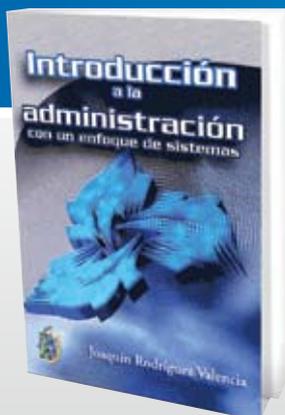
- En esta edición se agrega un capítulo con rediseño de procesos o reingeniería.
- Proporciona al lector temas como el análisis y diseño de formas utilizadas en una organización, el uso de símbolos y gráficas en un estudio de procedimientos administrativos y el empleo del manual como herramienta de comunicación, lo que le da las bases de su práctica profesional.
- Contiene una sección de casos, en la que el lector podrá aplicar y razonar sus conocimientos.

### CONTENIDO

1. El sistema organizacional.
2. Los sistemas y procedimientos en los organismos sociales.
3. Naturaleza y clasificación de los sistemas y procedimientos.
4. El estudio de los sistemas y procedimientos en forma interna y externa.
5. Rediseño de procesos o reingeniería.
6. Planeación del estudio de sistemas y procedimientos.
7. Estudio y análisis del trabajo de oficina.
8. Diseño de sistemas.
9. Estudio, análisis y diseño de procedimientos.
10. Análisis, diseño y control de formas.
11. Los símbolos y gráficas como herramientas del analista.
12. El manual como herramienta de comunicación.
13. El informe de sistemas y procedimientos.
14. El sistema de información administrativa.



## INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN CON UN ENFOQUE DE SISTEMAS



**Joaquín Rodríguez Valencia**

4a. edición, © 2003  
Formato: 20 x 26 cm  
560 pp.

ISBN 970-686-229-3  
ISBN13 978-970-686-229-7

El libro es una excelente herramienta para todos aquellos que inician el estudio de la administración; en él encontrarán un interesante estudio del pensamiento administrativo, las principales escuelas de la administración y la administración en México y América Latina. En el desarrollo del libro se aplica el enfoque de sistemas en la administración, hecho que proporciona una manera diferente de observar la acción de administrar y su aplicación en el proceso administrativo y las áreas funcionales. Esta edición está enriquecida con cuestionarios de evaluación y casos de aplicación donde el lector podrá ejercitar sus conocimientos en la toma de decisiones.

### CARACTERÍSTICAS

- Trata la teoría administrativa con la aplicación del enfoque de sistemas, lo que permite comprender la interrelación que existe entre cada una de las partes que conforman el sistema administrativo.
- Esta edición está enriquecida con cuestionarios de evaluación y casos de aplicación, donde el lector podrá poner en práctica las decisiones que tomaría en una organización con base en la teoría que ha analizado en cada capítulo.

### CONTENIDO

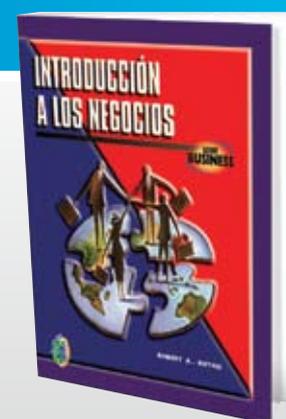
1. Filosofía de la administración. 2. Historia del pensamiento administrativo. 3. Escuelas del pensamiento administrativo. 4. Administración en México y América Latina. 5. Administración y el lugar que ocupa en el sistema de las ciencias. 6. Teoría de sistemas. 7. Sistema administrativo. 8. Sistema de planeación. 9. Sistema de organización. 10. Sistema de integración de recursos. 11. Sistema de dirección. 12. Sistema de control. 13. Sistema de coordinación. 14. Áreas funcionales básicas o subsistemas organizacionales. 15. Función de gerencia general. 16. Sistema de mercadotecnia. 17. Sistema de producción. 18. Sistema de finanzas. 19. Sistema de personal.

## INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS

El punto de inicio de cualquier negocio es fundamental para su desarrollo y expansión. Conocer los elementos básicos de una negociación, así como las estrategias para atraer a nuevos clientes y conservarlos es una demanda a corto plazo. Este volumen permite no sólo al alumno comprender el funcionamiento de la administración estratégica, el registro de datos contables, sino también es una guía básica para el pequeño empresario que comienza con su proyecto de empresa.

### CONTENIDO

1. Entorno económico.
2. Los negocios en la economía de Estados Unidos.
3. Administración.
4. Temas de economía global.
5. Consumidores en la economía estadounidense.
6. Finanzas en la economía mundial.



**Robert A. Ristau**

1a. edición, © 2004  
Formato: 21 x 27 cm  
166 pp.

ISBN 970-686-344-3  
ISBN13 978-970-686-344-7

## LIDERAZGO

### TEORÍA, APLICACIÓN Y DESARROLLO DE HABILIDADES



**Robert N. Lussier/  
Christopher F. Achua**

2a. edición, © 2005  
Formato: 20 x 26 cm  
498 pp.

ISBN 970-686-463-6  
ISBN13 978-970-686-463-5

En este libro se presenta un enfoque moderno del liderazgo y se apoya en tres estrategias didácticas complementarias: cubre la teoría básica tradicional de los temas de liderazgo; propone aplicaciones que conducen al lector al razonamiento crítico, y plantea ejercicios de probada efectividad que fomentan el desarrollo de habilidades, las cuales pueden emplearse tanto en la vida profesional como personal. Desde esta perspectiva tridimensional, el lector comprobará que es el mejor texto en su género.

#### CARACTERÍSTICAS

- Contiene casos prácticos sobre cómo manejar las funciones de liderazgo día con día, como las de establecer objetivos, elogiar, entrenar, solucionar conflictos, delegar y negociar.
- Presenta además en cada capítulo un caso de apertura, mismo que se va analizando a lo largo del capítulo, de manera que el lector pueda visualizar la forma en que un líder y organización específicas usan las teorías y conceptos del texto en su trabajo cotidiano.
- Cuenta con apoyos didácticos adicionales como ejercicios de autoevaluación en los que el lector analizará y conocerá sus propias destrezas; ejercicios de representación de papeles para desarrollar sus habilidades para manejar situaciones que exijan liderazgo y ejercicios de adquisición de destrezas como parte de un modelado del comportamiento aplicando los modelos paso a paso en el texto, entre otros.

#### CONTENIDO

Parte I. Los individuos como líderes.

1. ¿Quién es un líder?
2. Rasgos y ética del liderazgo.
3. Comportamiento y motivación en el liderazgo.
4. Influencia: poder, política, formación de redes y negociación.
5. Teorías de liderazgo por contingencia.

Parte II. Liderazgo de equipos.

6. Habilidades para la comunicación, el *coaching* y el manejo de conflictos.
7. Relaciones didácticas, seguidores y delegación.
8. Liderazgo de equipo.
9. Dirección de equipos autoadministrados.

Parte III. El liderazgo organizacional.

10. El liderazgo carismático y el liderazgo transformacional.
11. El liderazgo estratégico, el manejo de la crisis y el cambio.
12. El liderazgo relacionado con la cultura, la diversidad y la organización que aprende.

Apéndice A. Liderazgo y la espiritualidad en el lugar de trabajo.

Apéndice B. Cómo buscar información de casos en Internet.

## ORGANIZACIÓN CONTABLE Y ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS



**Joaquín Rodríguez Valencia**

3a. edición, © 2002

Formato: 16 x 23 cm

188 pp.

ISBN 970-686-231-5

ISBN13 978-970-686-231-0

En esta obra el lector encontrará una guía fácil para comprender el significado que tiene una empresa y la importancia de su estructura contable. En los temas se desarrollan conceptos como la creación y denominación de cuentas, la acción de planificar y los elementos que conforman la organización contable en general.

### CARACTERÍSTICAS

- En esta edición se incluyen dos nuevos capítulos que tratan sobre los elementos fundamentales de la administración y la política de gestión de una empresa.
- También se incluyen al final de cada capítulo preguntas de análisis que ayudan al lector a evaluar el conocimiento y la práctica adquirida a lo largo del desarrollo de los objetivos.

### CONTENIDO

1. La Empresa.
2. La política de gestión y administración.
3. La organización y la acción de organizar.
4. El proceso contable.
5. La organización contable.
6. Creación y denominación de cuentas.
7. Elementos de la organización contable.
8. Organización contable y administrativa de caja, de cartera, de almacén y de cuentas personales.

## SUPERVISIÓN

### DESARROLLO DEL EMPOWERMENT, DESARROLLO DE EQUIPOS DE TRABAJO Y SU MOTIVACIÓN

El novedoso enfoque que este libro da a las tareas y responsabilidades del supervisor dentro de las áreas de producción, ventas, promoción y marketing hace que este material sea una herramienta de gran ayuda para quienes enfocan sus estudios en la supervisión y en las tareas administrativas de una gerencia.

### CARACTERÍSTICAS

- Esquema de desarrollo de contenido al inicio de cada capítulo.
- Temas enfocados a lograr las metas de los lectores (paso a paso).
- Presentaciones preliminares.
- Casos de estudio y apartados de preguntas de análisis.
- Direcciones actualizadas de páginas en Internet especializadas en administración de empresas, recursos humanos.

### CONTENIDO

Parte I. Presentación. 1. Roles y desafíos de la administración de las funciones de supervisión. Parte II. Planeación y organización. 2. Fundamentos de la planeación. 3. Toma de decisiones, solución de problemas y ética. 4. Fundamentos de la organización. 5. Delegación de autoridad y dotación de facultades a los empleados. Parte III. Liderazgo. 6. Comunicación. 7. Motivación. 8. Liderazgo. 9. Administración del cambio, desarrollo de grupos y formación de equipos. Parte IV. Desarrollo de habilidades. 10. Juntas y desarrollo de habilidades para la facilitación. 11. *Coaching* para mejorar el desempeño. 12. Manejo de conflictos, estrés y tiempo. Parte V. Control. 13. La práctica del control. 14. Control de la productividad, calidad y seguridad. Parte VI. Administración de recursos humanos. 15. Selección, evaluación y disciplina de los empleados.



**Donald C. Mosley/  
Leon C. Megginson et al.**

6a. edición, © 2005

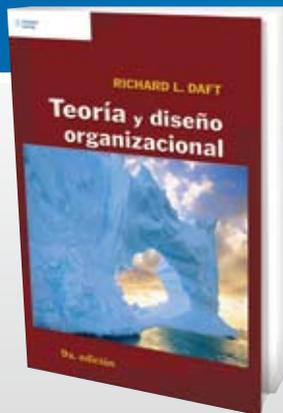
Formato: 19 x 24.5 cm

360 pp.

ISBN 970-686-456-3

ISBN13 978-970-686-456-7

## TEORÍA Y DISEÑO ORGANIZACIONAL



**Richard L. Daft**

9a. edición, © 2007  
Formato: 20 x 26 cm  
640 pp.

ISBN 970-686-753-8  
ISBN13 978-970-686-753-7

En este libro se integra el pensamiento más reciente acerca de las ideas clásicas y teorías de la organización y la práctica en el mundo real en una forma que el lector encontrará interesante y agradable. Esta edición actualizada contiene ejemplos nuevos y detallados que ilustran cómo las empresas modernas están reproduciendo el ambiente internacional dinámico y altamente competitivo.

### CARACTERÍSTICAS

- Nuevos capítulos enfocados al diseño organizacional teniendo en mente el entorno mundial de nuestros días.
- Secciones tituladas “Líderes por diseño”, con ejemplos de empresas que han triunfado gracias a un buen diseño organizacional.
- Selecciones con análisis de publicaciones con los temas más candentes de esta disciplina.

### CONTENIDO

1. Organizaciones y teoría organizacional. 2. Estrategia: diseño organizacional y efectividad. 3. Fundamentos de la estructura organizacional. 4. El entorno. 5. Relaciones interorganizacionales. 6. Diseño de organizaciones para el entorno internacional. 7. Tecnologías de manufactura y servicio. 8. Tecnología de la información y control. 9. Tamaño, ciclo de vida y declive de la organización. 10. Cultura organizacional y valores éticos. 11. Innovación y cambio. 12. Procesos de toma de decisiones. 13. Conflicto, poder y política. Casos de integración.

## TEORÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN

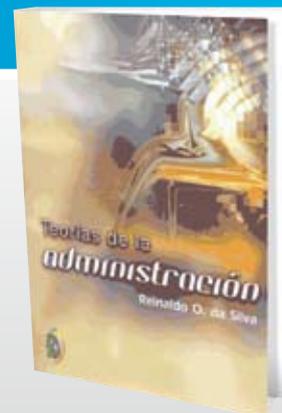
Los aspectos evolutivos de las teorías administrativas y cómo los supuestos acerca de las personas y las organizaciones se modifican con los cambios económicos, políticos y sociales, se abordan en esta obra, que describe cada tema a la luz de los pensadores que contribuyeron significativamente al pensamiento de la administración del Siglo xx.

### CARACTERÍSTICAS

- Incluye ilustraciones, cuadros y figuras, que refuerzan los conceptos y ayudan al lector a aprender.
- Contiene ejercicios y casos que sustentan las teorías.
- Las direcciones de Internet agregadas al texto ayudarán al lector a ampliar sus investigaciones.
- Aborda los temas más actuales de la administración, como la reingeniería, la calidad total y las organizaciones que aprenden.

### CONTENIDO

Parte Uno: La administración: una visión general. Parte Dos: Perspectiva clásica de la administración. Parte Tres: Perspectiva humanista de la administración. Parte Cuatro: Perspectiva cuantitativa de la administración. Parte Cinco: Perspectiva moderna de la administración. Parte Seis: Perspectiva contemporánea de la administración.



**Reinaldo O. da Silva**

1a. edición, © 2002  
Formato: 19 x 24.5 cm  
524 pp.

ISBN 970-686-224-2  
ISBN13 978-970-686-224-2

## INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN

El libro se desarrolló con la finalidad de ayudar al lector a entender los cambios que se han presentado ante la globalización creciente y hacer frente a las economías mundiales en surgimiento. A diferencia de los textos en administración tradicionales, este libro lleva al lector a un nivel práctico y le proporciona información significativa para que tengan éxito en su futuro desarrollo profesional. Para lograr esta visión, se han incluido los conceptos administrativos y las investigaciones más recientes, así como las aplicaciones contemporáneas de las ideas administrativas en las organizaciones. Los ejemplos que en él se manejan se seleccionaron basándose en su relevancia y atractivo para el lector interesado en aspectos administrativos reales y en la forma en la que los problemas están siendo tratados en compañías regionales.

### CARACTERÍSTICAS

- El énfasis de la tecnología en el libro se refleja en ejercicios denominados: “Paseando por la Red” que se presentan al final del capítulo y en ellos se pide al lector que investigue diferentes tópicos relacionados con cada capítulo.
- En los apéndices se incluyen casos de exposición continua y una sección acerca de la creación de empresas y la administración de pequeña empresa.
- Cada capítulo contiene un elevado número de ejemplos que tratan incidentes administrativos. Éstos han sido colocados en puntos estratégicos del capítulo y fueron diseñados para demostrar la aplicación de los conceptos en compañías específicas.

### CONTENIDO

Parte I. Los administradores en las organizaciones que aprenden.

1. Administración del nuevo ámbito de trabajo.

Parte II. El ambiente de la administración.

2. El ambiente y la cultura corporativa.
3. Administración en un medio ambiente global.
4. Ética administrativa y responsabilidad social corporativa.

Parte III. Planeación.

5. Planeación organizacional y fijación de metas.
6. Toma de decisiones administrativas.

Parte IV. Organización.

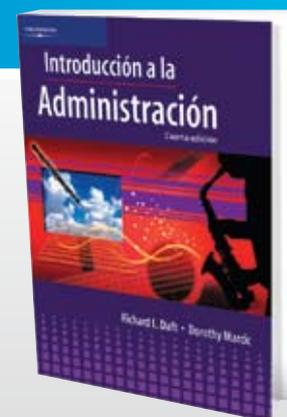
7. Fundamentos de organización.
8. Cambio y desarrollo.
9. Administración de recursos humanos.
10. Administración de la fuerza de trabajo diversa.

Parte V. Liderazgo.

11. Fundamentos del comportamiento en las organizaciones.
12. El liderazgo en las organizaciones.
13. La motivación en las organizaciones.
14. La comunicación en las organizaciones.
15. El trabajo en equipo en las organizaciones.

Parte VI. Control.

16. La importancia del control.



**Richard L. Daft/  
Dorothy Marcic**

4a. edición, © 2006

Formato: 20 x 26 cm

614 pp.

ISBN 970-686-500-4

ISBN13 978-970-686-500-7



## PERSPECTIVAS DE LA ADMINISTRACIÓN INTERNACIONAL



Rodal/Rodríguez *et al.*

1a. edición, © 2005  
Formato: 19 x 24.5 cm  
232 pp.

ISBN 970-686-464-4  
ISBN13 978-970-686-464-2

El objetivo de este libro es contribuir a los procesos de enseñanza-aprendizaje en cursos introductorios en instituciones de educación superior en México y países latinoamericanos. En él se presentan los fundamentos de la administración internacional mediante el análisis de problemas y soluciones. Se incluyen una serie de ejemplos y de casos de empresas multinacionales que operan en países latinoamericanos. El lector encontrará en él una exposición de las principales áreas de problemas y de las diversas guías generales de solución que les permita adquirir un conocimiento general de esta disciplina y también suscitar o confirmar en él una vocación profesional. Los profesores, por su parte, podrán utilizar este libro en su quehacer docente.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta la administración internacional desde una perspectiva latinoamericana, incluyendo ejemplos y casos de empresas internacionales y/o multinacionales que operan en México y en otros países latinoamericanos.
- Enfocado hacia el análisis de problemas y de soluciones en áreas relevantes de la administración internacional.
- Diversidad de puntos de vista, considerando que los autores tienen entre sí diferente nacionalidad, diferente formación y áreas de especialización distintas, lo que enriquece el enfoque con el que se abordan cada uno de los temas.

### CONTENIDO

1. La administración multicultural. 2. La administración internacional de recursos humanos. 3. El marketing global y la estrategia de marca. 4. La investigación comercial y el análisis de mercados internacionales. 5. Las empresas internacionales en la economía global. 6. La administración de la logística internacional. 7. El marco legal de la administración internacional. 8. La dimensión ética de la administración internacional. 9. Las finanzas y la contaduría.

## FUSIONES Y ADQUISICIONES EN LA PRÁCTICA

El objetivo de este libro es analizar, estudiar y efectuar recomendaciones prácticas en relación con las fusiones y adquisiciones de empresas. Las decisiones a este respecto son parte de un proceso complejo, dinámico y con repercusiones profundas en la vida de las empresas participantes.

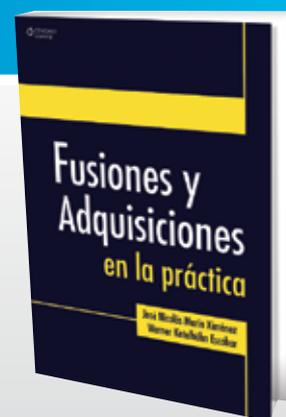
Las fusiones de empresas son tanto una ciencia como un arte, puesto que se combinan técnicas financieras y estratégicas, con apreciaciones personales derivadas del conocimiento de las distintas áreas funcionales de las empresas.

### CARACTERÍSTICAS

- El enfoque de la obra es eminentemente práctico.
- Se cubren las etapas del proceso de fusiones y adquisiciones, desde el análisis del acoplamiento estratégico de las empresas participantes hasta el cierre de la transacción.
- Se incluyen cinco casos de fusiones y adquisiciones que han tenido lugar en América Latina en los últimos años.
- Útil para empresarios, profesionales de los negocios y estudiantes de licenciaturas y posgrados en las áreas de los negocios.

### CONTENIDO

1. Definiciones y marco conceptual. 2. Acoplamiento estratégico. 3. Valoración de empresas. 4. La negociación de fusiones. 5. Etapas finales del proceso. 6. Tendencias, estudios y conclusiones. Casos.



José Nicolás Marín /  
Werner Ketelhöhn Escobar

1a. edición, © 2008  
Formato: 16 x 23 cm  
221 pp.

ISBN 970-686-899-2  
ISBN13 978-970-686-899-2

**NUEVO**

## ADMINISTRACIÓN EXITOSA DE PROYECTOS



**Jack Gido/  
James P. Clements**

3a. edición, © 2007  
Formato: 20 x 26 cm  
462 pp.

**ISBN 970-686-713-9**  
**ISBN13 978-970-686-713-1**

Descubra todo lo que necesita saber acerca del importante ambiente de negocios orientado hacia los proyectos; aprenderá las claves del éxito para la organización y la administración exitosa de equipos de proyecto mediante la utilización de algunas de las herramientas más eficaces, diseñadas para tal efecto. Este libro es un recurso ideal para toda persona que trabaja con proyectos, ya que provee los fundamentos necesarios para ser líder o miembro de un equipo de proyectos efectivo.

### CARACTERÍSTICAS

- Una nueva sección denominada “Administración de proyectos en el mundo real”, en la cual se muestra cómo administrar proyectos de manera efectiva dentro de los diferentes sectores industriales, tales como manufactura, construcción y servicios.
- Se incluye una cobertura adecuada sobre Ética y Administración del Riesgo, con el objeto de hacer frente a los retos del mundo moderno.
- Se incluyen apéndices que explican el uso óptimo del software de administración de proyectos MS Office Project Professional 2003, así como un novedoso disco compacto con una evaluación que permite verificar los avances y dominio del mismo.

### CONTENIDO

Parte 1. La vida de un proyecto. 1. Conceptos de administración de proyectos. 2. Identificación de necesidades. 3. Soluciones propuestas. 4. El proyecto. Parte 2. Planeación y control del proyecto. 5. Planeación. 6. Programación. 7. Control del programa. 8. Consideraciones acerca de los recursos. 9. Planeación y desempeño de los costos. Parte 3. Personas: la clave del éxito del proyecto. 10. El gerente de proyecto. 11. El equipo del proyecto. 12. Comunicación y documentación. 13. Tipos de organizaciones de proyectos. Apéndice A. Software de administración de proyectos. Apéndice B. Organizaciones de administración de proyectos. Apéndice C. Sitios Web de administración de proyectos. Apéndice D. Abreviaturas. Referencias. Respuestas a la sección Refuerce su aprendizaje. Glosario. Índice.

## ADQUISICIONES Y ABASTECIMIENTOS

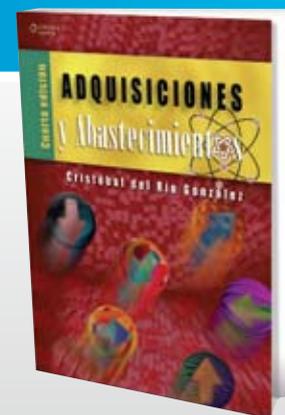
Esta obra, en lo particular se adapta a la realidad latinoamericana especializándose en la asignatura de adquisiciones y abastecimientos. Asimismo, se organizó siguiendo los programas de estudio, aceptados por la ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración).

### CARACTERÍSTICAS

- La obra se ha realizado con palabras llanas y simples.
- Se encuentra estructurada en forma pedagógica, sencilla, breve, fácil y representativa, que integra de manera medular esa asignatura a nivel licenciatura.

### CONTENIDO

1. La función de compras y abastecimientos. 2. El sistema de información para compras y abastecimientos. 3. Selección y control de proveedores. 4. Relación con los proveedores. 5. Compras nacionales. 6. Compras al extranjero. 7. Compras de bienes de capital. 8. Compras de refacciones. 9. Compra de artículos de oficina y enseres. 10. Control de existencias. 11. La ética en la función de compras y abastecimiento.

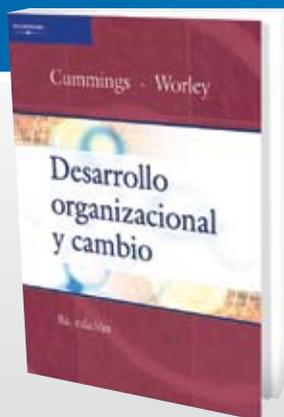


**Cristóbal del Río González**

4a. edición, © 2002  
Formato: 16 x 22 cm  
290 pp.

**ISBN 970-686-171-8**  
**ISBN13 978-970-686-171-9**

## DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y CAMBIO



**Thomas G. Cummings/  
Christopher G. Worley**

8a. edición, © 2007  
Formato: 21 x 27 cm  
670 pp.

ISBN 970-686-634-5  
ISBN13 978-970-686-634-9

Una realidad innegable de nuestros días es que cada vez más personas se dan cuenta de que el ritmo del cambio supera su capacidad física y mental de adaptarse a él. El acelerado crecimiento de la población mundial da origen a una incesante proliferación de individuos, grupos, empresas nuevas, organizaciones, consorcios, productos y servicios, agendas económicas, cambios sociales, innovaciones ideológicas y políticas, intervenciones. A medida que todo ello choca entre sí e interactúa, acelera la rapidez del cambio real y percibido. Este libro se propone facilitar el aprendizaje de la teoría y las intervenciones del desarrollo organizacional, en el contexto del cambio y el dilema que plantea. Da a los profesores la opción de enseñar el proceso y luego relacionar la práctica del desarrollo organizacional con la intervención.

### CARACTERÍSTICAS

- Novedoso enfoque en las intervenciones individuales.
- Orientación estratégica del desarrollo organizacional.
- Intervenciones en recursos humanos.
- Hincapié en varias situaciones del desarrollo organizacional: El futuro del desarrollo organizacional.
- Aplicaciones.
- Casos.
- Recursos en Internet.

### CONTENIDO

1. Introducción general al desarrollo organizacional.
2. Naturaleza del cambio planificado.
3. El profesional del desarrollo organizacional.
4. Entrada y contratación.
5. Diagnóstico de las organizaciones.
6. Diagnóstico de grupos y puestos.
7. Recolección y análisis de información diagnóstica.
8. Retroalimentación de la información diagnóstica.
9. Diseño de las intervenciones.
10. Dirección y administración del cambio.
11. Evaluación e institucionalización de las intervenciones de desarrollo organizacional.
12. Los procesos individuales, interpersonales y grupales.
13. El proceso organizacional.
14. Reestructuración de las organizaciones.
15. Participación de los empleados.
16. Diseño del trabajo.
17. Finanzas corporativas multinacionales.



## GESTIÓN Y CONOCIMIENTO EN ORGANIZACIONES QUE APRENDEN



**Eduardo Soto/  
Alons Sauquet**

1a. edición, © 2006  
Formato: 16 x 23 cm  
214 pp.

**ISBN 970-686-623-X**  
**ISBN13 978-970-686-632-3**

La gestión del conocimiento como una tendencia diferenciadora sigue gozando de gran atracción e importancia en el punto central de las organizaciones. Este libro contiene experiencias derivadas de la profunda labor de sus autores en la investigación sobre las diversas dimensiones del conocimiento. En él se plantea el desafío en que cada persona busca el conocimiento para construirlo, aplicarlo y que sirva de columna para conducir y mejorar la existencia del ser humano.

### CARACTERÍSTICAS

- El contenido se basa en información de expertos en el tema, cuyas experiencias unen a Europa y América.
- La exposición de los temas se realiza mediante un estilo narrativo encaminado a presentar las ideas dentro de un marco unificado.
- Se abarcan no sólo los aspectos analíticos, sino también los aspectos humanos fundamentales en las diferentes fases de la gestión del conocimiento.

### CONTENIDO

1. Cómo formar organizaciones capaces de aprender. 2. La incidencia de la globalización en el cambio del paradigma. 3. Dificultades para formar la empresa del conocimiento. 4. El capital intelectual y la creación de valor. 5. El aprendizaje y su incidencia en el comportamiento organizacional. 6. La tecnología en los sistemas del conocimiento. 7. La supervivencia empresarial está en el aprendizaje. 8. Aprender a desaprender. 9. Tendencias de los procesos de aprendizaje en la era de la administración del conocimiento.

## COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

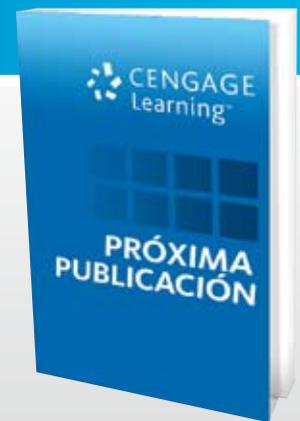
Este libro presenta los conceptos fundamentales del comportamiento organizacional para aplicarlo a la vida diaria. Con esta nueva edición el lector adquirirá el dominio de las siete competencias centrales para lograr el entendimiento del papel de la administración en el mundo de los negocios moderno. La obra ofrece una combinación de teoría clásica, investigación contemporánea, y tendencias emergentes, así como las siete competencias gerenciales: autoadministración, manejo de la comunicación, manejo de la diversidad, manejo de la ética, manejo transcultural, manejo de equipos y manejo del cambio.

### CARACTERÍSTICAS

- Único libro de la materia en el mercado con un enfoque basado en competencias.
- Se enfatiza en el pensamiento crítico y la retención de conceptos con actividades interactivas de final de capítulo.
- Aplicación de los conceptos de la materia a la vida cotidiana.

### CONTENIDO

Parte I. Aprendizaje del comportamiento organizacional. 1. Comportamiento organizacional y competencias clave. Parte II. Los individuos en las organizaciones. 2. Para entender las diferencias individuales. 3. Percepciones y atribuciones. 4. Aplicación del reforzamiento y el aprendizaje social para mejorar la efectividad. 5. La motivación de los empleados. 6. Motivación mediante el establecimiento de metas y sistemas de recompensa. 7. Estrés y agresión en el lugar de trabajo. Parte III. Liderazgo y comportamiento de equipo. 8. Comunicación interpersonal en las organizaciones. 9. Liderazgo efectivo: fundamentos. 10. Liderazgo efectivo: nuevas perspectivas. 11. Desarrollo y liderazgo de equipos. 12. Manejo del conflicto y negociación efectiva. Parte IV. La organización. 13. Enfoques para la toma de decisiones gerenciales y éticas. 14. Diseño organizacional. 15. Cultivar la cultura organizacional. 16. Cambio organizacional. Parte V. Casos integradores.



**Don Hellriegel/  
John W. Slocum**

12a. edición, © 2009  
Formato: 21 x 27 cm  
592 pp.

**ISBN 970-830-003-9**  
**ISBN13 978-970-830-003-2**



**Alejandro Lerma/  
Ma. Antonieta  
Martín Granados et al.**

1a. edición © 2007

Formato: 16 x 23 cm

408 pp.

ISBN 970-686-754-6

ISBN13 978-970-686-754-4

## LIDERAZGO EMPRENDEDOR

CÓMO SER UN EMPRENDEDOR DE ÉXITO Y NO MORIR EN EL INTENTO

En esta obra se plasman los conceptos fundamentales y prácticos para iniciar y administrar su propio negocio, al abordar cada uno de los aspectos que se requieren para ello desde el contexto latinoamericano. El contenido se enriquece con el aporte de numerosos y reconocidos catedráticos, dando con ello un enfoque interdisciplinario, el cual es único entre los libros publicados en la materia.

### CARACTERÍSTICAS

- Incluye ejemplos, formatos y casos prácticos.
- Cada uno de los temas se aborda tomando en cuenta el entorno real en el que se desempeñará el nuevo negocio.
- La obra es resultado del trabajo conjunto de prestigiados catedráticos y autores, lo que le da un enfoque interdisciplinario.

### CONTENIDO

1. Identificación de oportunidades de negocio.
2. El plan de negocios para la micro y pequeña empresa.
3. Cómo estructurar una micro o pequeña empresa.
4. Cómo desarrollar un producto para aprovechar la oportunidad que se detectó.
5. Guía práctica para el éxito en las ventas.
6. Recursos técnicos necesarios para la estructuración de una micro o pequeña empresa.
7. Fuentes de financiamiento del proyecto.
8. Consejos prácticos para la administración de la micro y pequeña empresa.
9. El crecimiento de la empresa.
10. La internacionalización de la empresa.
11. El entorno legal de la micro y pequeña empresa.
12. Aspectos fiscales de la micro y pequeña empresa.
13. Perfil emprendedor.
14. Operación de un programa emprendedor y de incubadora de empresas.

## ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

La presente obra tiene como propósito principal adaptar la teoría administrativa para su aplicación en empresas de pequeña escala. Para tal efecto se analizan temas como: importancia económica de la empresa pequeña y mediana, la empresa y su entorno, el empresario mexicano y el proceso de creación de una empresa.

### CARACTERÍSTICAS

- La obra está estructurada tanto para el estudiante como para el empresario, quienes conocerán el papel que desempeña la administración en las pequeñas y medianas empresas.
- Presenta un análisis de la importancia de las pequeñas y medianas empresas en el contexto latinoamericano así como el fenómeno económico y su entorno.
- Se describe cómo administrar una empresa abordando los conceptos de funciones administrativas y operacionales.

### CONTENIDO

1. Antecedentes históricos de la empresa.
2. La importancia de la pequeña y mediana empresa.
3. La empresa y su entorno.
4. El empresario mexicano.
5. El proceso de creación de una empresa.
6. La empresa, ¿cómo administrarla?
7. Las funciones operacionales.
8. La administración en pequeñas empresas comerciales y de servicios y sus perspectivas.

Casos de aplicación.



**Joaquín Rodríguez Valencia**

5a. edición, © 2002

Formato: 16 x 23 cm

340 pp.

ISBN 970-686-242-0

ISBN13 978-970-686-242-6

## ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS

### LANZAMIENTO Y CRECIMIENTO DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

En este libro encontrará conceptos prácticos, situaciones reales y recursos probados indispensables para administrar y dirigir una pequeña empresa. Es de lectura accesible, posee el mejor contenido, ilustraciones y recursos destinados al desarrollo del plan de negocios. Siempre a la vanguardia, es el primero en dar cobertura al tema de la empresa familiar e integrar el uso de tecnología de cómputo para la pequeña empresa, al tiempo que se combina de manera equilibrada el desarrollo de los temas la administración de pequeñas empresas y el espíritu emprendedor.

#### CARACTERÍSTICAS

- Ideas relevantes acerca de la pequeña empresa, las cuales comparten sugerencias únicas acerca de cómo iniciar, operar y hacer crecer un negocio.
- Sistema de aprendizaje integral, que consiste en una combinación de recursos, tales como términos clave, objetivos de aprendizaje, preguntas de análisis y resúmenes.
- Un capítulo nuevo sobre integridad y ética empresarial que demuestra cómo el suministrar calidad, valor y los más altos estándares de integridad generan ventaja competitiva.
- Ejercicios y actividades en Internet que familiarizan al lector con los mejores recursos en línea para la pequeña empresa.
- Numerosos casos que permiten someter a prueba las habilidades de análisis y solución de problemas, así como de aplicación de los conceptos a situaciones reales.

#### CONTENIDO

Parte uno. El desarrollo emprendedor: un mundo de oportunidades.

1. La vida empresarial.
2. Integridad y ética empresarial: una puerta a la oportunidad de la pequeña empresa.

Parte dos. Iniciar de cero o asociarse con una empresa establecida.

3. La puesta en marcha.
4. Franquicias y adquisiciones.
5. La empresa familiar.

Parte tres. Desarrollo del plan de negocios para una nueva empresa.

6. El plan de negocios: visualización del sueño.
7. El plan de marketing.
8. El plan de recursos humanos: administradores, propietarios, aliados y directivos.
9. El plan de ubicación.
10. El plan financiero, parte 1: proyección de los requerimientos financieros.
11. Fuentes de financiamiento de una empresa.
12. El plan de cosecha.

Parte cuatro. Enfoque en el cliente. Estrategias de marketing para crecer

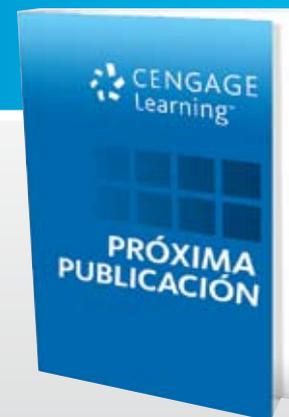
13. Las relaciones con el cliente.
14. Administración del producto y de la cadena de suministro.
15. Decisiones de fijación de precios y crédito.
16. Planeación de la promoción.
17. Marketing internacional.

Parte cinco. Administración del crecimiento en la pequeña empresa.

18. Administración profesional en la empresa con espíritu emprendedor.
19. Administración de recursos humanos.
20. Administración de operaciones.
21. Administración del riesgo.

Parte seis. Entender qué dicen los números.

22. Administración de los activos de la empresa.
23. Evaluación del desempeño financiero.



**Justin G. Longenecker/  
Carlos W. Moore et al.**

14a. edición, © 2009

Formato: 21 x 27 cm

744 pp.

**ISBN 970-830-065-9**

**ISBN13 978-970-830-065-0**



## EMPRESAS FAMILIARES



**Ernesto J. Poza**

1a. edición, © 2004  
Formato: 19 x 24,5 cm  
232 pp.

ISBN 970-686-189-0  
ISBN13 978-970-686-189-4

El atractivo de este texto radica en la diversidad de casos expuestos sobre grandes empresas de reconocimiento internacional que iniciaron como pequeños negocios familiares. La dinámica del contenido radica en mostrar al lector las estrategias y bases teóricas que se deben seguir para estructurar una empresa exitosa. De igual modo, se pretende que el alumno aprenda a reconocer cuáles son los puntos en los que se requiere de una mayor coordinación y trabajo en equipo.

### CARACTERÍSTICAS

- Para que un texto se considere atractivo y realmente “completo” debe tener bien definidos sus objetivos y sobre todo, debe saber combinar y relacionar las diversas áreas que se relacionan con la disciplina que expone. En este caso, le ofrece al lector, y a cualquier individuo emprendedor, la oportunidad de conocer las estrategias mercadológicas, financieras, éticas y de liderazgo para así iniciar una empresa exitosa y tener la oportunidad de convertirse en un corporativo de renombre.

### CONTENIDO

1. Negocio familiar. 2. Primer imperativo del liderazgo: el mandato de construir instituciones de gobierno y gestionar la transferencia de poder. 3. Segundo imperativo del liderazgo: promover la confianza entre los miembros de la familia. 4. Tercer imperativo del liderazgo: la siguiente generación. 5. Planeación del patrimonio y la transferencia de la propiedad. 6. Promoción del crecimiento estratégico. 7. Función crucial de los gerentes no pertenecientes a la familia. 8. Gobierno del negocio familiar. 9. Cultura de la familia. 10. Cómo encabezar la evolución. 11. El futuro: ¿el negocio familiar puede competir y prosperar?

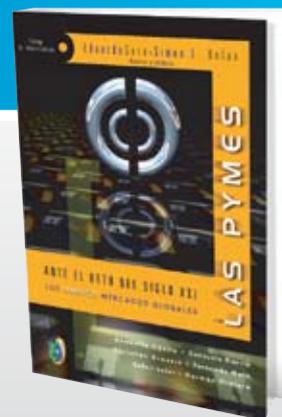
## LAS PYMES ANTE EL RETO DEL SIGLO XXI

### LOS NUEVOS MERCADOS GLOBALES

Las demandas de los mercados globales exigen a las pequeñas y medianas empresas implementar nuevas medidas estratégicas que las conduzcan a un importante nivel de competitividad y desarrollo. En este texto se analizan los diversos enfoques que toda empresa debe considerar para integrar una unidad empresarial funcional, activa e independiente. Este texto se conforma de 10 capítulos en los que se analiza un tema relevante y fundamental para las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, se hace un recuento exhaustivo de las implementaciones que todo empresario debe considerar para un efectivo flujo de operaciones. Por ejemplo, la optimización de procesos de producción, cadenas de abastecimiento bien organizadas, medición del desempeño de sus empleados y operaciones, el factor humano como uno de los recursos más valiosos, estrategias de mercadotecnia, políticas de precios, entre otros.

### CONTENIDO

1. El impacto de la globalización en las PYMES. 2. Presente y futuro de las PYMES. 3. Introducción a la administración de las PYMES. 4. Gestión y estrategias de mercadotecnia en las PYMES. 5. La gestión de los procesos humanos en las PYMES. 6. Dirección estratégica en las PYMES. 7. Productividad: sistemas de medición del desempeño. 8. Administración de las cadenas de abastecimiento. 9. Capital intelectual y creación de valor. 10. Cultura en las PYMES: dinámica interna y entorno institucional.



**Eduardo Soto/  
Simon L. Dolan et al.**

1a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
448 pp.

ISBN 970-686-359-1  
ISBN13 978-970-686-359-1

## ADMINISTRACIÓN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES



**Norman Gaither/  
Greg Frazier**

4a. edición, © 2000  
Formato: 21 x 27 cm  
446 pp.

**ISBN 970-686-031-2**  
**ISBN13 978-970-686-031-6**

Esta introducción a los conceptos y técnicas de la administración de operaciones da importancia a la estrategia de operaciones tempranas, con cobertura balanceada de técnicas cuantitativas y aspectos de administración. Contiene ejemplos con problemas detallados y soluciones paso a paso. El énfasis en el ramo de servicios incluye discusiones, ejemplos, problemas y casos sobre toda una variedad de organizaciones.

### CARACTERÍSTICAS

- Contiene tareas en Internet.
- Incluye referencias, ejemplos, tablas y listas de lecturas actualizadas.

### CONTENIDO

1. Administración de la producción y de las operaciones: una introducción. 2. Estrategia de las operaciones: utilización de la calidad, del costo y del servicio como armas competitivas. 3. Los pronósticos de la administración de la producción y de las operaciones: punto de partida para toda planeación. 4. Diseño y desarrollo de productos y procesos de producción: operaciones de manufactura y de servicio. 5. Tecnología de la producción: selección y administración. 6. Asignación de recursos a alternativas estratégicas. 7. Planeación de la capacidad a largo plazo y ubicación de las instalaciones. 8. Disposición física de las instalaciones. 9. Sistemas de planeación de la producción: planeación agregada y programa maestro de la producción. 10. Sistemas de inventarios sujetos a demanda independiente. 11. Sistemas de planeación de los requerimientos de los recursos, planeación de los requerimientos de los materiales (MRP) y planeación de los requerimientos de capacidad (CRP). 12. Planeación y control de piso de taller en la manufactura. 13. Planeación y programación de operaciones de servicios. 14. Fabricación o manufactura justo a tiempo. 15. Administración de la cadena de suministros. 16. Productividad, trabajo en equipo y delegación de autoridad: comportamiento, métodos de trabajo y medición del trabajo. 17. Administración de la calidad. 18. Control de calidad. 19. Planeación y control de proyectos. 20. Administración del mantenimiento y confiabilidad.

## ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD

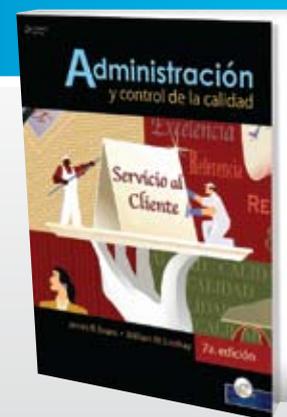
Esta obra hace un análisis amplio del método Six Sigma (creado y registrado por Motorola). Sin embargo, los autores consideraron seguir con el enfoque de utilizar el premio Malcom Baldrige a la calidad como el marco de referencia para exponer todos los temas.

### CARACTERÍSTICAS

- La cobertura de Six Sigma abarca varios capítulos.
- Compara y contrasta los métodos Baldrige, ISO 9000 y Six Sigma.
- Analiza premios a la calidad de diversas partes del mundo (incluyendo China).
- Incorpora el tema de Cultura Baldrige.
- Presenta nuevos casos actualizados e incorpora recursos pedagógicos para hacer la lectura más accesible.

### CONTENIDO

1. Introducción a la calidad. 2. Calidad Total en las organizaciones. 3. Filosofías y marcos de referencia. 4. El enfoque en los clientes. 5. Liderazgo y planeación estratégica. 6. Prácticas de recursos humanos. 7. Administración de procesos. 8. Medición del desempeño y administración de la información estratégica. 9. Construcción y mantenimiento de la Calidad Total en las organizaciones. 10. Principios de Six Sigma. 11. El pensamiento estadístico y sus aplicaciones. 12. Diseño para el Six Sigma. 13. Herramientas para la mejora de procesos. 14. Control estadístico de los procesos.



**James R. Evans/  
William M. Lindsay**

7a. edición, © 2008  
Formato: 21 x 27 cm  
848 pp.

**ISBN 970-686-836-4**  
**ISBN13 978-970-686-836-7**

**NUEVO**



**David A. Collier/  
James R. Evans**

2a. edición, © 2009

Formato: 21 x 27 cm

832 pp.

ISBN 970-686-814-3

ISBN13 978-970-686-814-5

**NUEVO**

## ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

BIENES, SERVICIOS Y CADENAS DE VALOR

Este libro posee el contenido preciso para cubrir uno o dos cursos de administración de operaciones o administración de la producción. Proporciona un tratamiento exhaustivo de los temas cruciales y su aplicación en la administración de operaciones de empresas de manufactura y de servicios, al tiempo que se hace énfasis en la integración de la cadena de valor. Posee un enfoque estratégico interfuncional único que visualiza a la administración de operaciones vinculada con otras áreas clave de la empresa, como finanzas y marketing. Asimismo toma en cuenta la tecnología y cómo ésta transforma la manera en que una empresa opera.

### CARACTERÍSTICAS

- Incluye un novedoso CD que incorpora una versión del prestigiado software *Crystal Ball*.
- Se incorporan numerosos problemas clasificados según su grado de dificultad, muchos de ellos para resolverse con Excel y *Crystal Ball*.
- Excelente estructura didáctica que integra ejemplos y casos de empresas reales.

### CONTENIDO

1. Bienes, servicios y administración de operaciones. 2. Cadenas de valor. 3. Medición del desempeño en las operaciones. 4. Estrategia de operaciones. 5. Tecnología y administración de operaciones. 6. Diseño de bienes y servicios. 7. Diseño, selección de procesos y análisis. 8. Instalaciones y diseño del trabajo. 9. Diseño de la cadena de suministro. 10. Administración de la capacidad. 11. Pronósticos y planeación de la demanda. 12. Manejo de inventarios. 13. Administración de recursos. 14. Programación y secuencia de las operaciones. 15. Administración de la calidad. 16. Control de la calidad y SPC. 17. Sistemas de operación esbelta. 18. Administración de proyectos.

## ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y LAS OPERACIONES

ENFOQUE DE SISTEMAS

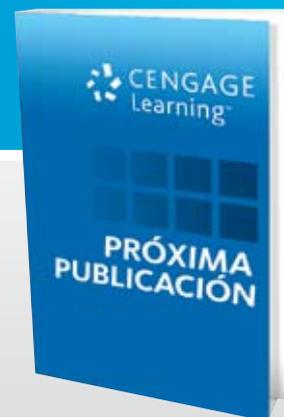
El objetivo de esta obra es presentar una visión integral de la administración de las operaciones, con énfasis en las necesidades de las empresas de América Latina.

### CARACTERÍSTICAS

- Se presentan las técnicas de vanguardia en cada tema desarrollado.
- Desarrollo de casos y ejercicios relacionados con empresas de América Latina.
- Se incluyen soluciones de software que están al alcance de los usuarios de la región, ya sea mediante el uso de herramientas muy difundidas como Excel o de desarrollos propios del autor (programas en VBA o rutinas en DLL).

### CONTENIDO

1. Competitividad y planeación. Estrategia de las operaciones. 2. Tecnología de punta y otras tendencias en producción. 3. Introducción al análisis de procesos. 4. Competencia en tiempo de respuesta. 5. Análisis de capacidad. 6. Administración de inventarios. 7. Administración de inventarios de productos terminados. 8. Diseño del sistema de producción. 9. Localización de plantas, almacenes y servicios. 10. Disposición de las instalaciones. 11. Planeación de la producción y de los recursos. 12. Programación y control de las actividades productivas. 13. Habilidad, confiabilidad, mantenimiento y renovación. 14. Administración de la calidad. 15. Control y aseguramiento de la calidad. 16. Ingeniería de la calidad.



**David F. Muñoz Negrón**

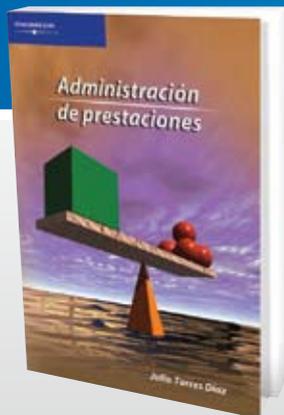
©2009

Formato: 19 x 24.5 cm

ISBN Pendiente

ISBN13 Pendiente

## ADMINISTRACIÓN DE PRESTACIONES SU VALORACIÓN, OTORGAMIENTO Y APLICACIÓN



**Julio Torres Díaz**

6a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
108 pp.

ISBN 970-686-226-9  
ISBN13 978-970-686-226-6

El libro permite a los responsables de la administración de una empresa determinar con facilidad qué prestaciones o beneficios es conveniente otorgar para lograr atraer, retener y desarrollar a sus recursos humanos idóneos, unificando los intereses de la empresa con las necesidades de los empleados y trabajadores. Todo ello dentro del marco jurídico de las diferentes leyes que regulan las relaciones obrero-patronales, las cuales se ha buscado agrupar para facilitar su consulta.

### CARACTERÍSTICAS

- El texto describe casos prácticos, lo que permite aprovechar la experiencia del autor en la aplicación de la legislación en materia laboral.
- Contiene una selección de cláusulas de la Ley Federal del Trabajo y la Ley del Impuesto Sobre la Renta que tienen relación con las prestaciones y cuyo conocimiento es indispensable para la adecuada aplicación de las mismas.
- Trata las prestaciones desde los puntos de vista fiscal y administrativo.

### CONTENIDO

1. Prestaciones.
  2. Problemas jurídico-laborales. Prestaciones de los institutos de seguridad social.
- Anexos: Principales normas legales relacionadas con prestaciones.

## ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Intégrese a los aspectos de la administración de recursos humanos y su impacto tanto en las personas como en las organizaciones mediante el estudio de este exitoso libro. Esta edición provee aplicaciones y ejemplos de una variedad de organizaciones con ayuda de los recursos didácticos más accesibles y modernos. Ya sea que el lector se dedique a la administración de recursos humanos o a la administración general, la obra le será de utilidad como guía en el desarrollo de las competencias necesarias para ayudar a las organizaciones modernas a crear una ventaja competitiva sostenible.

### CARACTERÍSTICAS

- Se incorpora un nuevo sistema de aprendizaje integral con iconos en el texto y todos los recursos didácticos para vincular el contenido con los objetivos de aprendizaje.
- Casos de estudio actualizados, tanto en cada capítulo como al final de la obra.
- Actualización de la sección "Lo más destacado en administración de recursos humanos", recuadros que incluyen cómo las organizaciones manejan cuestiones y funciones relacionadas con los recursos humanos, incluyendo a la pequeña empresa, así como desafíos internacionales.

### CONTENIDO

1. El desafío de la administración de recursos humanos. 2. Estrategia y planeación de recursos humanos. 3. Igualdad de oportunidades en el empleo y administración de recursos humanos. 4. Análisis de puestos, participación del empleado y horario de trabajo flexible. 5. Ampliación de la reserva de talento: reclutamiento y plan de carrera. 6. Selección de personal. 7. Capacitación y desarrollo. 8. Evaluación y mejoramiento del desempeño. 9. Administración de la compensación. 10. Pago por desempeño. 11. Prestaciones. 12. Seguridad e higiene. 13. Derechos y disciplina del empleado. 14. La dinámica de las relaciones laborales. 15. Administración de recursos humanos internacional. 16. Sistemas de trabajo de alto desempeño.



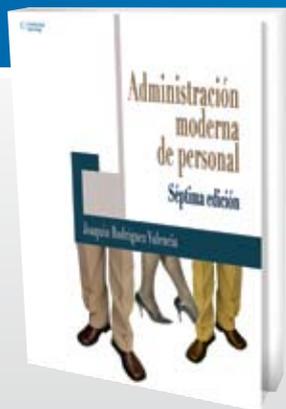
**George Bohlander/  
Scott Snell**

14a. edición, © 2008  
Formato: 20 x 26 cm  
784 pp.

ISBN 970-686-712-0  
ISBN13 978-970-686-712-4

**NUEVO**

## ADMINISTRACIÓN MODERNA DE PERSONAL



**Joaquín Rodríguez Valencia**

7a. edición, © 2007  
Formato: 20 x 26 cm  
704 pp.

**ISBN 970-686-476-8**  
**ISBN13 978-970-686-476-5**

Los recursos humanos son, sin lugar a duda, uno de los factores clave que hacen funcionar una organización. Actualmente la administración de personal es un sistema funcional básico en las organizaciones privadas y públicas cuyo objetivo principal es facilitar el rendimiento organizacional. En este libro se aplica el enfoque de sistemas a la administración de recursos humanos, proporcionando al lector y profesionalista una forma diferente de observar los problemas de personal, estableciendo como diferencia un mayor énfasis en la importancia del todo, frente a cada una de las partes que lo componen.

### CARACTERÍSTICAS

- El libro está desarrollado bajo el enfoque de sistemas aplicado a la función de personal.
- Integra las principales funciones del departamento de recursos humanos en las organizaciones y se incluyen en esta edición dos capítulos nuevos: el papel del departamento de personal en el esfuerzo por la calidad total y la administración internacional del personal.
- Se encontrarán en él ejemplos de la práctica profesional y una sección de casos que facilitan al lector el razonar las soluciones a problemas cotidianos en esta área.

### CONTENIDO

1. Generalidades sobre administración de personal.
2. Sistema organizacional.
3. Sistema de administración de personal.
4. Departamento de administración de personal.
5. Generalidades sobre el mercado de trabajo.
6. Planeación.
7. Dotación de personal a la organización.
8. Sistema de administración de sueldos y salarios.
9. Capacitación y desarrollo de personal.
10. Desarrollo de administradores.
11. Higiene y seguridad en el trabajo.
12. Evaluación del desempeño.
13. Flujo de personal en la organización.
14. Control administrativo de personal.
15. Función de personal y sindicalismo.
16. Contratación individual y colectiva.
17. Negociación y administración del contrato colectivo de trabajo.
18. Obligaciones contemporáneas.



## PSICOLOGÍA APLICADA AL TRABAJO

Esta obra trata sobre la aplicación de la psicología a la resolución de problemas en el mundo del trabajo. Explica cómo los psicólogos industriales y organizacionales pueden usar los hallazgos de investigación para contratar mejores empleados, reducir el ausentismo, mejorar la comunicación, incrementar la satisfacción en el empleo y resolver otros innumerables problemas.

### CARACTERÍSTICAS

- Principios teóricos y aplicaciones de la psicología a los temas organizacionales: selección y colocación, capacitación y desarrollo, evaluación del desempeño, desarrollo de la organización, calidad de vida laboral y ergonomía.
- En cada tema, se establece y resalta la conexión entre los temas estudiados y la vida real, entre la teoría y la práctica.
- Casos y ejemplos de conceptos tomados de la experiencia profesional del autor.
- Hincapié en la globalidad del mundo de los negocios en las secciones "Psicología industrial y organizacional transcultural", donde se explican o ilustran aplicaciones globales del material en él estudiado.
- Análisis de los temas más recientes asociados con la psicología industrial y organizacional en los apartados titulados "La naturaleza cambiante del trabajo".

### CONTENIDO

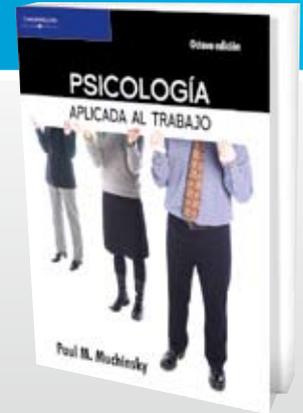
1. Antecedentes históricos de la psicología industrial/organizacional.
2. Métodos de investigación en psicología I/O.
3. Criterios: estándares para la toma de decisiones.
4. Predictores: evaluaciones psicológicas.
5. Decisiones de personal.
6. Aprendizaje organizacional.
7. Administración del desempeño.
8. Organizaciones y cambio organizacional.
9. Equipos y trabajo en equipo.
10. Conducta y actitudes organizacionales.
11. Salud ocupacional.
12. Motivación en el trabajo.
13. Liderazgo.
14. Relaciones entre el sindicato y la administración.

Glosario.

Índice analítico.

Índice onomástico.

Referencias bibliográficas.



**Paul M. Muchinsky**

8a. edición, © 2007

Formato: 19 x 24.5 cm

578 pp.

ISBN 970-686-778-3

ISBN13 978-970-686-778-0





**Michael A. Hitt/  
R. Duane Ireland**

7a. edición, © 2008  
Formato: 20 x 26 cm  
786 pp.

ISBN 970-686-596-9  
ISBN13 978-970-686-596-0

**NUEVO**

## ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

### COMPETITIVIDAD Y GLOBALIZACIÓN. CONCEPTOS Y CASOS

Este libro ha sido escrito con la idea de presentar conceptos modernos y actualizados sobre la administración estratégica. Es ágil y fácil de entender y analiza con amplitud y profundidad los conceptos y los temas de la administración estratégica. Si bien está fundado en investigaciones actuales, también está muy perfilado hacia la aplicación y las técnicas e instrumentos de la administración estratégica que otro cualquiera del mercado.

#### CARACTERÍSTICAS

- Se incluyen dos conceptos teóricos del campo de la administración estratégica que se cuentan entre los más conocidos y populares, a saber: la economía de las organizaciones industriales y la visión de la empresa fundada en los recursos. Ningún otro libro integra estos dos planteamientos teóricos para explicar el proceso de la administración estratégica.
- En esta edición se ofrecen ejemplos de las acciones de más de 100 compañías en los casos iniciales de los capítulos y en los segmentos del enfoque estratégico. Además, los capítulos del libro explican cómo aplican los conceptos de la administración estratégica más de 600 empresas.

#### CONTENIDO

Parte 1. Elementos de la administración estratégica.

1. Administración y competitividad estratégica.
2. El entorno externo: oportunidades, amenazas, competencia en la industria y análisis de competencia.
3. El entorno interno: recursos, capacidades y competencias centrales.

Parte 2. Acciones estratégicas.

4. Estrategias de negocios.
5. Rivalidad competitiva y dinámica competitiva.
6. Estrategia corporativa.
7. Estrategias de adquisición y de reestructuración.
8. Estrategia internacional.
9. Estrategia de cooperación.

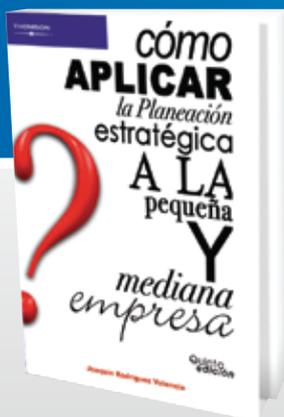
Parte 3. Acciones estratégicas: Implementación de la estrategia.

10. Gobierno corporativo.
11. Estructura organizacional y controles organizacionales.
12. Liderazgo estratégico.
13. Emprendimiento estratégico.

Parte 4. Casos.



## CÓMO APLICAR LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA A LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA



**Joaquín Rodríguez Valencia**

5a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
320 pp.

ISBN 970-686-379-6  
ISBN13 978-970-686-379-9

Es una importante obra que ayudará y orientará a empresarios, profesores universitarios y estudiantes en la planeación estratégica a obtener el máximo aprovechamiento de los recursos organizacionales. Los administradores de las pequeñas y medianas empresas encontrarán en esta obra una excelente herramienta para la comprensión y aplicación del proceso formal de planeación estratégica y con base en ello podrá formular las estrategias de su empresa para años venideros.

### CARACTERÍSTICAS

- Muestra la manera de examinar sus negocios actuales, hallar fortalezas y debilidades, y analizar el ambiente externo (económico, social, tecnológico, cultural, y la competencia) y a determinar cómo estos factores afectan la planeación.
- El lector aprenderá a expresar la posición de su empresa, evaluar sus recursos, identificar los objetivos y escoger las estrategias necesarias para su realización.

### CONTENIDO

1. Aspectos de cambio en la empresa y en la función de planeación.
2. Generalidades sobre la planeación.
3. Estrategia de la empresa.
4. Estudio de los cambios en el entorno de actualización de las empresas mediante la elaboración de escenarios.
5. Planeación estratégica-táctica-operativa.
6. Cómo diseñar una planeación estratégica.
7. Cómo elaborar planes de acción.
8. Evaluación del sistema de planeación estratégica. Casos prácticos.

## Auditoría

### AUDITORÍA FUNDAMENTOS

El libro reúne el material técnico indispensable en la enseñanza de la auditoría. En éste el lector contará con un panorama general de los tipos de auditoría más comunes, concentrando el estudio en la auditoría de estados financieros. Se estudia además la normatividad que se aplica a este tipo de auditoría y su planeación técnica y administrativa. El libro concluye con el examen de los estados financieros y su informe (dictamen), así como el estudio del muestreo en auditoría para obtener los documentos que sean representativos al momento de realizarla.

### CARACTERÍSTICAS

- Cada capítulo inicia con los objetivos del aprendizaje que el lector debe alcanzar al terminar su estudio y un resumen de los puntos más importantes desarrollados, así como un cuestionario de evaluación al final del mismo.
- Incluye casos de aplicación en cada capítulo divididos en dos partes: de investigación y ejercicios a desarrollar por el alumno.
- La última parte presenta ocho apéndices que contienen información práctica de utilidad para ejemplificar los recursos y herramientas para llevar a cabo una auditoría.

### CONTENIDO

1. La auditoría como actividad profesional, características e implicaciones éticas.
2. Normas, técnicas y procedimientos de auditoría de estados financieros.
3. Planeación técnica y administrativa de la auditoría.
4. Examen de estados financieros y su informe.
5. El muestreo en la auditoría. Apéndices.



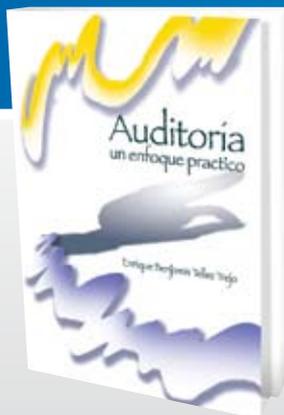
**J. R. Santillana González**

4a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
388 pp.

ISBN 970-686-317-6  
ISBN13 978-970-686-317-1



## AUDITORÍA UN ENFOQUE PRÁCTICO



**Benjamín Rolando  
Téllez Trejo**

1a. edición, © 2004  
Formato: 19 x 24.5 cm  
448 pp.

**ISBN 970-686-260-9**  
**ISBN13 978-970-686-260-0**

El libro tiene como objetivo exponer la auditoría con un enfoque eminentemente práctico, así como la actuación del contador público al desarrollar el examen de los estados financieros. En él, estudiantes y profesionistas encontrarán los temas necesarios para tener las bases de conocimiento de la auditoría y la normatividad que la regula.

### CARACTERÍSTICAS

- El libro presenta un panorama general sobre el perfil del auditor, así como la importancia de su ejercicio profesional y responsabilidades.
- Contiene formatos que sirven como guía para que el interesado conozca la manera de presentar sus servicios como auditor, la elaboración del presupuesto para el pago del mismo, y el reporte final de la auditoría de los estados financieros.

### CONTENIDO

1. Los valores educacionales de auditoría. 2. Metodología de la auditoría. 3. Planeación de la auditoría y de la supervisión. 4. Importancia de los papeles de trabajo. 5. Examen de procedimientos de control interno. 6. Aplicación de los programas de auditoría. 7. Responsabilidad del encargado de auditoría. 8. Terminación del trabajo de auditoría. 9. Informes y dictámenes del contador público. 10. Normatividad a nivel internacional que debe conocer y aplicar el contador público.

## AUDITORÍA INTERNA INTEGRAL

### ADMINISTRATIVA, OPERACIONAL Y FINANCIERA

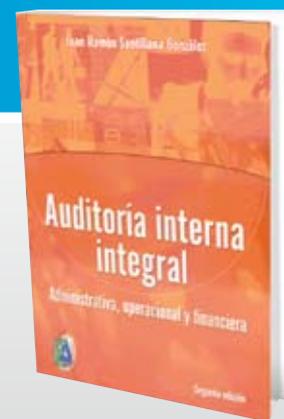
Este texto proporciona al lector los conocimientos necesarios para conocer y entender la auditoría de manera integral, su origen y evolución, los organismos que la regulan, su estructura y ubicación en la organización y los aspectos administrativos, operacionales y contable-financieros de la función. La obra termina con un paquete de apéndices que incluyen el resumen de los estándares generales y específicos para la práctica profesional de la auditoría interna, modelos de cuestionarios para el estudio general y elementos prácticos para el análisis de la función por auditar, así como modelos de programas de auditoría administrativa, operacional, financiera y de seguimiento.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta apéndices que funcionan como modelos de programas de los diferentes tipos de auditoría: administrativa, operacional y financiera, donde encontrará aquellos elementos de orientación y guía para la mejor comprensión de la auditoría y para su ejercicio y práctica.
- Contiene casos de estudio con planteamientos de problemas que puede enfrentar el alumno en su práctica profesional a fin de que formule ensayos de los reportes que presentaría como auditor.

### CONTENIDO

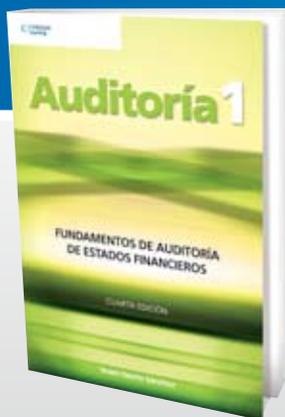
1. La función de auditoría interna en la entidad. 2. Organizaciones de auditores internos. 3. Estructura del departamento de auditoría interna. 4. Comité de auditoría. 5. Auditoría administrativa. 6. Auditoría operacional. 7. Auditoría financiera. 8. El enfoque integral de la auditoría interna. 9. Procedimientos y elementos comunes aplicables en el ejercicio de las auditorías administrativa, operacional y financiera.



**J. R. Santillana González**

2a. edición, © 2002  
Formato: 16 x 23 cm  
416 pp.

**ISBN 970-686-236-6**  
**ISBN13 978-970-686-236-5**

**AUDITORÍA 1****FUNDAMENTOS DE AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS****Israel Osorio Sánchez**

4a. edición, © 2007

Formato: 16 x 23 cm

272 pp.

**ISBN 970-686-830-5****ISBN13 978-970-686-830-X**

La auditoría de estados financieros es una rama fundamental de la contaduría, cuyo principal objetivo es reflejar una opinión acerca de las operaciones que efectúa una empresa en un ejercicio contable. La presente edición incluye importantes actualizaciones y se sustituyen los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados por las nuevas Normas de Información Financiera.

**CARACTERÍSTICAS**

- Es un recurso de enorme valor para quienes se inician en el estudio de la auditoría, la ejercen en el campo profesional y para quienes, sin tener una formación académica como contador público, desempeñan funciones propias de la materia.
- Proporciona los conocimientos y herramientas necesarias para desempeñar con éxito la función de auditoría y de esta manera contribuir a que las empresas registren sus operaciones de manera adecuada, obtengan los resultados esperados y alcancen sus metas financieras y de crecimiento.

**CONTENIDO**

1. Finalidad de la auditoría de estados financieros. 2. Dictamen sobre estados financieros. 3. Normas de auditoría. 4. Técnicas y procedimientos de auditoría. 5. Estudio y evaluación del control interno. 6. Planeación y supervisión de la auditoría. 7. Papeles de trabajo.

**EL CONTRALOR****RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES**

El libro se caracteriza por ser un estudio práctico, sencillo y objetivo. Dirigido a quien esté preparándose para ocupar el puesto de contralor o al iniciado en esta especialización, constituyendo, por tanto, un ensayo de Manual del contralor que podría servir de guía para el debutante en el puesto.

**CARACTERÍSTICAS**

- El estudio de esta obra se caracteriza por ser práctico, sencillo y objetivo, ya que está dirigido al aspirante al puesto, el iniciado en el cumplimiento con esta responsabilidad, para quien tiene algunos años de experiencia en el puesto, y para quien le corresponde cerciorarse que el contralor está cumpliendo con sus responsabilidades.

**CONTENIDO**

1. Generalidades. 2. El sistema de control interno. 3. La administración financiera. 4. La gestión administrativa. 5. El control de gestión. 6. Contabilidad integral. 7. Responsabilidades y funciones del gerente financiero, tesorero y gerente administrativo. 8. Responsabilidades y funciones del contralor. 9. Casos prácticos en relación a las responsabilidades del contralor.

**Víctor Paniagua Bravo/  
Miriam Paniagua Pinto et al.**

3a. edición, © 2004

Formato: 16 x 23 cm

118 pp.

**ISBN 970-686-414-8****ISBN13 978-970-686-414-7**

## EL DICTAMEN EN LA CONTADURÍA PÚBLICA



**Benjamín Rolando  
Téllez Trejo**

8a. edición, © 2008  
Formato: 20 x 26 cm  
ISBN 970-686-273-0  
ISBN13 978-970-686-273-0

Este libro tiene como objetivo que el lector conozca en forma fácil y accesible, los principios básicos en que se funda la opinión profesional del Contador Público respecto a los estados financieros que examina. El texto se ha modernizado en todos los aspectos en cuanto a los procedimientos, las normas, los principios, la normatividad fiscal, los formatos, los casos prácticos, los nuevos dictámenes y los ejemplos aceptados por la profesión.

### CARACTERÍSTICAS

- En esta edición, el contenido se engloba en 15 capítulos y diversos casos prácticos del dictamen con el propósito de facilitar la consulta y destacando la información relevante en cada capítulo.

### CONTENIDO

1. Importancia de las actividades en la contaduría pública. 2. El dictamen. 3. El dictamen en el futuro. 4. El dictamen del auditor. 5. Normas básicas de los párrafos de alcance en el dictamen. 6. Normas básicas del párrafo de opinión del dictamen. 7. Factores internacionales del dictamen y comentarios sobre la presentación del informe largo. 8. La responsabilidad legal y profesional al emitir el dictamen. 9. El dictamen del auditor para efectos del Seguro Social en México. 10. El dictamen para efectos del Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores. 11. El dictamen para obligaciones fiscales establecidas en el Código Financiero del Distrito Federal. 12. El dictamen para efectos fiscales en México. 13. El dictamen fiscal por enajenación de acciones. 14. El dictamen gubernamental en México. 15. Dictámenes del sector financiero.

## ELEMENTOS DE AUDITORÍA

Tomar la experiencia de una vida dedicada a la auditoría de estados financieros para vaciar en una obra sencilla la experiencia de su autor no es una labor fácil, dada la complejidad de la profesión, pero el autor ha sabido transmitir los secretos de esta actividad al lector, para guiarlos por los caminos más sencillos y llegar al conocimiento exacto, simple e inteligente de esa actividad profesional.

### CARACTERÍSTICAS

- El proceso de la auditoría de estados financieros se presenta de manera sencilla y esquemática, capacitando al lector para una práctica segura en el ejercicio de esta profesión.

### CONTENIDO

1. La auditoría. 2. Requisitos y cualidades del contador público. 3. Normas de auditoría. 4. Técnicas y procedimientos de auditoría. 5. Papeles de trabajo. 6. Planeación de la auditoría. 7. Control interno. 8. Examen de las cuentas: aspectos comunes. 9. Activo. 10. Efectivo en caja y bancos. 11. Inversiones en valores. 12. Documentos y cuentas por cobrar. 13. Inventarios. 14. Activo fijo. 15. Cargos diferidos. 16. Pasivo. 17. Cuentas y documentos por pagar (a corto plazo). 18. Gastos acumulados por pagar. 19. Pasivo a largo plazo. 20. Créditos diferidos. 21. Contingencias. 22. Capital contable. 23. Cuentas de resultados. 24. Ventas netas. 25. Costo de ventas. 26. Gastos. 27. Impuesto Sobre la Renta. 28. Participación de los trabajadores en las utilidades. 29. Cuentas de orden. 30. Dictamen. 31. Salvedades, opinión negativa y abstención de opinión. 32. Párrafos de énfasis. 33. Informe largo.



**V. M. Mendivil Escalante**

5a. edición, © 2002  
Formato: 16 x 23 cm  
144 pp.  
ISBN 970-686-172-6  
ISBN13 978-970-686-172-6

## ESTABLECIMIENTO DE SISTEMAS DE CONTROL INTERNO

FUNCIÓN DE CONTRALORÍA



**J. R. Santillana González**

2a. edición, © 2003  
Formato: 16 x 23 cm  
324 pp.

ISBN 970-686-259-5  
ISBN13 978-970-686-259-4

Al mencionar de control interno de una empresa es inevitable referirse a las responsabilidades de cada uno de sus miembros y a los mecanismos indispensables que coadyuvan al orden, disciplina y metodología sistemática para cumplir con la misión y los objetivos de la organización y responsabilidades de cada uno de sus miembros. Pero, ¿qué es específicamente el control interno?, ¿cuáles son sus objetivos y generalidades?, ¿cuáles los elementos que lo componen? La respuesta a estas interrogantes se encontrarán a lo largo del libro, complementadas con elementos de filosofía y práctica, que auxiliarán en el establecimiento de un sistema de control interno en cualquier tipo de organización.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta elementos de control interno que se aplican a los ciclos de transacciones de ingresos, compras, producción e inventarios, nóminas y tesorería.
- Se analiza en cada caso en qué consiste cada ciclo, cuáles son los objetivos de control interno que le son inherentes, las técnicas de control a adoptar y los riesgos en caso de que no se cumpla con el control interno.

### CONTENIDO

1. El control interno. 2. El control interno del ciclo de ingresos. 3. El control interno del ciclo de compras. 4. El control interno del ciclo de producción e inventarios. 5. El control interno del ciclo de nóminas. 6. El control interno del ciclo de tesorería. 7. La función de contraloría.

## FUNDAMENTOS DE CONTROL INTERNO

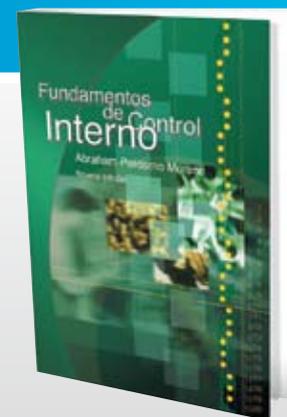
Estudiantes y profesionales que deseen actualizar e incrementar sus conocimientos en control interno, encontrarán en esta obra una accesible fuente de estudio, consulta y aplicación práctica, por la sencillez de su lenguaje, su desarrollo sintético, claro y consecuente. El libro tiene como objetivo el estudio, conocimiento, revisión y evaluación del sistema de control interno contable y administrativo de una entidad empresarial, además sirve como herramienta para el mejor desempeño de las funciones y actividades que se realizan al evaluarla, y con ello tomar decisiones acertadas en un ambiente de competitividad y globalización económica.

### CARACTERÍSTICAS

- Incluye los boletines 3050 de Estudio y evaluación del control interno y el 5030 sobre la Metodología para el estudio y evaluación del mismo.
- Contiene además los formatos para realizar la auditoría en sus diferentes rubros para la evaluación de la organización.
- Contiene el modelo americano COSO y el canadiense COCO de control interno.

### CONTENIDO

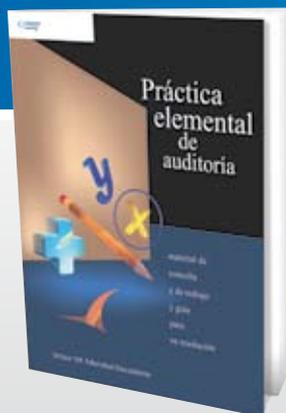
1. Control Interno-Elementos.
2. Control Interno-Operaciones Básicas.
3. Revisión de Control Interno.
4. Evaluación de Control Interno-Cuestionarios.
5. Informe de Control Interno.
6. Diagramas de Flujo y Gráficas de Organización.



**Abraham Perdomo Moreno**

9a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
318 pp.

ISBN 970-686-321-4  
ISBN13 978-970-686-321-8



**Víctor Manuel  
Mendivil Escalante**

4a. edición, © 1995  
Formato: 21 x 27,5 cm  
142 pp.

ISBN 968-768-105-5  
ISBN13 978-968-768-105-4

## PRÁCTICA ELEMENTAL DE AUDITORÍA

### MATERIAL DE CONSULTA Y DE TRABAJO Y GUÍA PARA SU RESOLUCIÓN

Complemento del texto *Elementos de auditoría*, esta obra introduce al lector en el terreno de los hechos, donde inicia sus pasos como auditor en el ejercicio profesional. El material de esta práctica se ha diseñado estudiando las necesidades de profesores y alumnos de la carrera de Contador Público, tratando de combinar la formalidad didáctica con la riqueza práctica que deriva de la experiencia del autor. Ha sido diseñada de tal forma que permanezca actualizada, a pesar de los cambios que puede haber en la normatividad y en las leyes impositivas.

#### CARACTERÍSTICAS

- Está estructurada en tres partes fundamentales: material de consulta, material de trabajo desprendible y guía para su resolución.
- En la primera parte se encuentran las recomendaciones generales para el profesor y una descripción genérica de las características de la empresa cuyos estados financieros serán revisados para efectos de auditoría.
- La segunda proporciona los documentos, información técnica, registros contables, etc., que el alumno tendrá que obtener en su trabajo de investigación práctica al concluir con la emisión del dictamen correspondiente.
- Por último, la guía para su resolución muestra los lineamientos que debe seguir el lector en la revisión de cada una de las cuentas.

#### CONTENIDO

Parte Uno: Material de consulta.

1. Activo.
2. Pasivo.
3. Capital.
4. Resultados.

Parte Dos: Material de trabajo.

5. Documentos generales.
6. Tarjetas de mayor.
7. Relación de las cuentas colectivas, que muestran la integración de su saldo en el mayor.
8. Tarjetas auxiliares de almacén.
9. Pólizas de registro.
10. Material obtenido por el auditor en su trabajo.

Parte Tres: Guía para su resolución.

10. Generalidades.
11. Resolución.
12. Papeles de trabajo generales y de revisión de las cuentas.
13. Revisión de las cuentas.

## PRÁCTICA DE AUDITORÍA FINANCIERA Y FISCAL

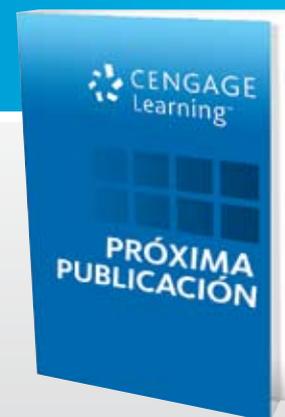
Esta obra está dirigida al estudiante de la Licenciatura en Contaduría, así como a los contadores públicos en ejercicio profesional. Su objetivo es la elaboración del examen de estados financieros de una empresa industrial para que el contador público emita su dictamen aplicando las normas y procedimientos de auditoría establecidos por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

### CARACTERÍSTICAS

- El desarrollo de los apartados que integran la obra se engloban en 17 capítulos con el propósito de facilitar su consulta y destacar la información relevante.
- En cada capítulo se incluyen objetivos de aprendizaje con base en el portafolio de evidencias, mediante el desarrollo de papeles de trabajo para que el alumno tenga utilidad profesional, así como la discusión racional basada en los supuestos presentados.
- En cada unidad se incluyen todas las variantes de estructura, base, metodología y elementos de diseño que exige la aplicación de la auditoría.

### CONTENIDO

1. Expediente continuo de auditoría.
2. Examen de efectivo en caja y bancos.
3. Examen de cuentas por cobrar.
4. Examen de inventarios.
5. Examen de seguros pagados por anticipado.
6. Examen de activo fijo.
7. Examen de inversiones.
8. Examen de cargos diferidos.
9. Examen de cuentas por pagar a corto plazo.
10. Examen de provisión de ISR y PTU.
11. Examen de pasivo fijo.
12. Examen de capital contable.
13. Examen de ingresos.
14. Examen de costo de ventas.
15. Examen de gastos de operación.
16. Examen de ISR, IMPAC y PTU.
17. Otros temas a examinar.



**Benjamín Rolando  
Téllez Trejo**

© 2009

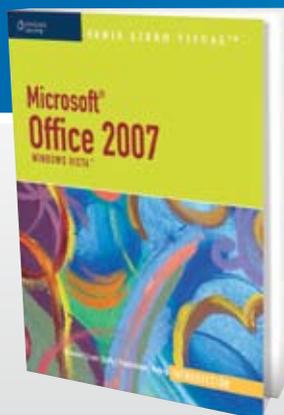
Formato: 21 x 27 cm  
390 pp.

**ISBN Pendiente  
ISBN13 Pendiente**



## MICROSOFT OFFICE 2007

WINDOWS VISTA. INTRODUCCIÓN. SERIE LIBRO VISUAL



**David W. Beskeen/  
Carol M. Cram et al.**

1a. edición, © 2009  
Formato: 19 x 24.5 cm  
690 pp.

ISBN 970-830-034-9  
ISBN13 978-970-830-034-6

**NUEVO**

El libro es una introducción práctica a los aspectos de Microsoft Office 2007, Windows Vista y una guía sencilla de consulta rápida y efectiva. Está organizado en secciones por aplicación: Windows Vista, Internet, Office 2007, Internet, Word 2007, Excel 2007, Access 2007, PowerPoint 2007 y Outlook 2007. Los lectores aprenden a trabajar con las diferentes aplicaciones y a crear y modificar documentos sencillos, hojas de cálculo, presentaciones, páginas Web y correo electrónico. Formato de lecciones a dos páginas con pasos concisos y claros. Una de las principales ventajas de este libro es que los usuarios aprenden a trabajar al mismo tiempo con las versiones en inglés y en español del software.

### CARACTERÍSTICAS

- A lo largo de la obra, se usa como caso de estudio una agencia de viajes.
- Las secciones “Desafíos independientes de la vida real” piden la creación de documentos que en realidad pueden llegar a necesitar los estudiantes.
- Formato de lección a dos páginas, adaptado a las necesidades de los clientes.
- Pasos concisos y claros.
- Ilustraciones grandes de pantallas.
- Manejo de la nomenclatura de los elementos en inglés y en español: teclas, barras, iconos, botones, menús, opciones, etc.

### CONTENIDO

Prefacio. Conceptos. Unidad A. Conceptos fundamentales de computación. Windows Vista. Unidad A. Introducción a Windows Vista. Unidad B. Introducción a la administración de archivos Internet. Unidad A. Introducción a Internet Explorer 7 Office 2007. Unidad A. Introducción a Microsoft Office Word 2007. Unidad A. Crear documentos con Word. Unidad B. Editar documentos. Unidad C. Dar formato a textos y párrafos. Unidad D. Dar formato a documentos Excel. Unidad A. Introducción a Excel 2007. Unidad B. Trabajar con fórmulas y funciones. Unidad C. Dar formato a una hoja de cálculo. Unidad D. Trabajar con gráficos Integración. Unidad A. Word y Excel Access 2007. Unidad A. Introducción a Access 2007. Unidad B. Crear y usar consultas. Unidad C. Usar formularios. Unidad D. Usar informes Integración. Unidad B. Word, Excel y Access PowerPoint 2007. Unidad A. Crear una presentación en PowerPoint 2007. Unidad B. Modificar una presentación. Unidad C. Insertar objetos en una presentación. Unidad D. Acabado de una presentación Integración. Unidad C. Integración de Word, Excel, Access y PowerPoint Outlook 2007. Unidad A. Introducción al correo electrónico. Unidad B. Administrar información con el uso de Outlook. Apéndice. Glosario. Índice analítico.



## MICROSOFT WINDOWS VISTA

FUNDAMENTOS. SERIE LIBRO VISUAL

El libro cubre las características clave del nuevo software de Microsoft y es una guía sencilla y breve de consulta rápida y efectiva. Los lectores identifican las diferentes características, elementos y demás herramientas de Windows Vista. Una de las principales ventajas de este libro es que los usuarios aprenden a trabajar al mismo tiempo con las versiones en inglés y en español del software.

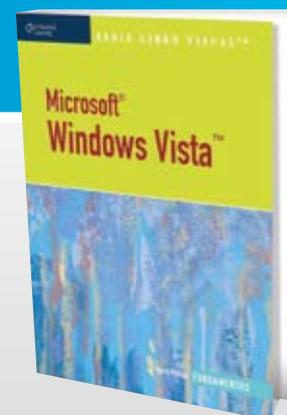
La obra se enfoca en el aprovechamiento de la increíble capacidad de la nueva versión del software de Microsoft, enfocada a hacer más productivo al usuario y a obtener mejores resultados en menos tiempo. Los casos de estudio y los archivos de proyecto de práctica contienen muchos ejemplos internacionales y una gran variedad de interesantes e importantes aplicaciones en los negocios.

### CARACTERÍSTICAS

- Formato de lección a dos páginas con pasos concisos y claros.
- Ilustraciones grandes de pantallas a color.
- A lo largo de la obra, se usa como caso de estudio una agencia de viajes.
- Las secciones “Desafíos independientes de la vida real” piden la creación de documentos que en realidad pueden llegar a necesitar los estudiantes.
- Manejo de la nomenclatura de los elementos en inglés y en español: teclas, barras, iconos, botones, menús, opciones, etc.

### CONTENIDO

Introducción a Windows Vista.  
 Administración de archivos.  
 Edición de documentos.  
 Apéndice.  
 Glosario.  
 Índice analítico.



**Harry Phillips**

1a. edición, © 2009

Formato: 21 x 27 cm

88 pp.

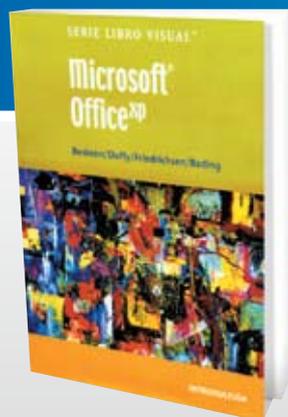
ISBN 970-830-051-9

ISBN13 978-970-830-051-3

**NUEVO**



## MICROSOFT OFFICE XP INTRODUCCIÓN. SERIE LIBRO VISUAL



**David W. Beskeen/  
Jennifer A. Duffy et al.**

1a. edición, © 2003  
Formato: 21 x 27 cm  
634 pp.

ISBN 970-686-314-1  
ISBN13 978-970-686-314-0

El libro forma parte de la serie *Libro Visual* y está dirigido a usuarios tanto actuales como potenciales, de Microsoft Office XP, de nivel básico o intermedio. El libro ofrece una introducción práctica a los aspectos de Microsoft Office 2002 y una guía sencilla de consulta rápida y efectiva. Está organizado en secciones por aplicación: Windows 2000, Introducción a Office XP, Internet Explorer, Word, Excel, Access, PowerPoint y Outlook. Los lectores aprenden a trabajar con las diferentes aplicaciones y a crear y modificar documentos sencillos, hojas de cálculo, presentaciones, páginas Web y correo electrónico.

### CARACTERÍSTICAS

- Cada habilidad se presenta en dos páginas contiguas, con las instrucciones paso a paso a la izquierda y grandes ilustraciones de pantallas a la derecha. El usuario puede concentrarse en cada habilidad sin tener que cambiar de página.
- Se usa como caso de estudio una cadena ficticia de librerías que ofrece servicio de cafetería. Las actividades de las páginas azules están ordenadas en forma ascendente de acuerdo a su nivel. Los casos de estudio y los archivos de proyecto contienen muchos ejemplos internacionales y una amplia variedad de interesantes e importantes aplicaciones a los negocios.
- Se repasan los conceptos mediante ejercicios de opción múltiple, correlación y preguntas de identificación de pantalla.
- La sección de “Repaso de habilidades” ayuda a reforzar la adquisición de habilidades paso a paso.
- Los “Desafíos independientes” son proyectos de casos que requieren pensamiento crítico y aplicación de las habilidades aprendidas en cada unidad.
- Los “Desafíos independientes” son proyectos de caso enfocados en la Web. Requieren el uso de la red (o WWW) para hacer la investigación y terminar el proyecto.
- Los “Talleres visuales” muestran un archivo completo y requieren que éste sea creado sin la guía paso a paso, involucrando la solución de problemas y la aplicación independiente de las habilidades de cada unidad.

### CONTENIDO

Windows 2000. Introducción a Windows 2000. Trabajo con programas, archivos y carpetas. Office XP. Introducción a Microsoft Office XP. Internet. Introducción a Internet Explorer. Word 2002. Introducción a Word 2002. Edición de documentos. Formato de texto y párrafos. Formato de documentos. Excel 2002. Introducción a Excel 2002. Creación y edición de hojas de trabajo. Formato de hojas de trabajo. Trabajo con gráficas. Integración. Integración de Word y Excel. Access 2002. Introducción a Access 2002. Uso de tablas y Registros. Formas. Reportes. Integración. Integración de Word, Excel y Access. PowerPoint 2002. Introducción a PowerPoint 2002. Creación de una presentación. Modificación de una presentación. Enriquecimiento de una presentación. Integración. Integración de Word, Excel, Access y PowerPoint. Integración. Integración de las aplicaciones de Office con Internet Explorer. Outlook 2002. Introducción a Microsoft Outlook 2002. Apéndice: Más allá del correo electrónico. Comprensión de las características adicionales de Outlook. Windows 2000. Apéndice A: Formateo de un disco. Objetivos de la certificación MOUS de Office XP. Lista de archivos de proyecto. Glosario. Índice.



## MICROSOFT OFFICE 2003

### INTRODUCCIÓN. SERIE LIBRO VISUAL

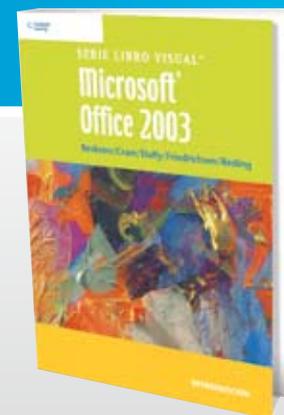
El gran éxito del reconocido y moderno formato de esta serie se debe a que incluye las recomendaciones tanto de diseñadores de materiales educativos como de los usuarios. Este efectivo y práctico diseño presenta cada lección distribuida en un par de páginas, con instrucciones paso a paso que se colocan a la izquierda, y las ilustraciones de la pantalla a la derecha. Así, el estudiante logra adquirir habilidad a partir de la práctica, en lugar de perderse en complicadas explicaciones. Estos recursos didácticos únicos y el contenido completo conforman una amplia pero manejable introducción a Microsoft Office 2003.

#### CARACTERÍSTICAS

- Útil no sólo para el estudiante de los niveles básico e intermedio, sino también para el público en general que desea aprender.
- Ejercicios y proyectos variados, flexibles y significativos para reforzar las habilidades.
- Libro de consulta rápida.
- Facilita el trabajo del profesor gracias a los excelentes recursos gráficos que contiene, que además de ser muy llamativos incluyen leyendas claras que complementan las explicaciones.
- Promueve el aprendizaje autodidacta.
- Se incluyen los nombres de los comandos y menús en inglés y en español, así el usuario aprende al mismo tiempo y sin esfuerzo especial a manejar ambas versiones de los programas correspondientes.
- Incluye archivos de datos en la red para las prácticas.

#### CONTENIDO

Windows XP. Introducción. Trabajo con programas, archivos y carpetas. Apéndice: Formateo de un disco flexible. Internet. Introducción a Internet Explorer. Office 2003. Introducción. Word 2003. Introducción. Edición de documentos. Cómo dar formato a texto y párrafos. Cómo dar formato a documentos. Excel 2003. Introducción. Creación y modificación de hojas de trabajo. Cómo dar formato a una hoja de trabajo. Trabajo con gráficos. Integración. Integración de Word y Excel. Access 2003. Introducción. Uso de tablas y consultas. Formatos. Informes. Integración. Integración de Word, Excel y Access. PowerPoint 2003. Introducción. Elaboración de una presentación. Modificación de una presentación. Mejoramiento de una presentación. Integración. Integración de Word, Excel, Access y PowerPoint. Outlook 2003. Introducción. Apéndice: Administración de la información con Outlook. Glosario. Índice analítico.



**David W. Beskeen/  
Carol Cram et al.**

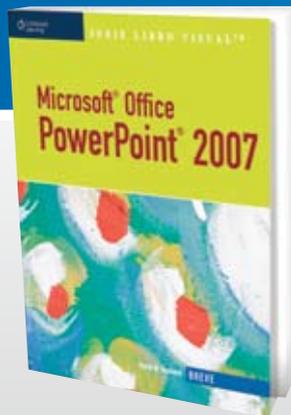
1a. edición, © 2005  
Formato: 21 x 27 cm  
624 pp.

**ISBN 970-686-436-9**  
**ISBN13 978-970-686-436-9**



## MICROSOFT OFFICE POWERPOINT 2007

SERIE LIBRO VISUAL



**David W. Beskeen**

1a. edición, © 2009  
Formato: 21 x 27 cm  
134 pp.

ISBN 970-830-050-0  
ISBN13 978-970-830-050-6

**NUEVO**

El libro cubre todas las características clave de PowerPoint 2007 y es una guía sencilla de consulta rápida y efectiva. Está organizado por unidades. Los lectores aprenden a trabajar con las diferentes herramientas y a crear y modificar presentaciones. Las lecciones están organizadas por nivel de complejidad. Una de las principales ventajas de este libro es que los usuarios aprenden a trabajar al mismo tiempo con las versiones en inglés y en español del software.

La obra se enfoca en el aprovechamiento de la increíble capacidad de la nueva versión del software de Microsoft, enfocada a hacer más productivo al usuario y a obtener mejores resultados en menos tiempo. Los casos de estudio y los archivos de proyecto de práctica contienen muchos ejemplos internacionales y una gran variedad de interesantes e importantes aplicaciones en los negocios.

### CARACTERÍSTICAS

- Formato de lección a dos páginas con pasos concisos y claros.
- Ilustraciones grandes de pantallas a color.
- A lo largo de la obra, se usa como estudio de caso una agencia de viajes.
- Las secciones “Desafíos independientes de la vida real” piden la creación de documentos que en realidad pueden llegar a necesitar los estudiantes.
- Manejo de la nomenclatura de los elementos en inglés y en español: teclas, barras, iconos, botones, menús, opciones, etc.

### CONTENIDO

Introducción a Office 2007. Creación de presentaciones con PowerPoint 2007. Modificación de presentaciones. Cómo insertar objetos en una presentación. Acabado de una presentación. Apéndice. Glosario. Índice analítico.



## MICROSOFT OFFICE WORD 2007

### SERIE LIBRO VISUAL

El libro cubre todas las características clave de Word 2007 y es una guía sencilla de consulta rápida y efectiva. Está organizado por unidades. Los lectores aprenden a trabajar con las diferentes herramientas y a crear y modificar documentos. Las lecciones están organizadas por nivel de complejidad. Una de las principales ventajas de este libro es que los usuarios aprenden a trabajar al mismo tiempo con las versiones en inglés y en español del software.

La obra se enfoca en el aprovechamiento de la increíble capacidad de la nueva versión del software de Microsoft, enfocada a hacer más productivo al usuario y a obtener mejores resultados en menos tiempo. Los casos de estudio y los archivos de proyecto de práctica contienen muchos ejemplos internacionales y una gran variedad de interesantes e importantes aplicaciones en los negocios.

### CARACTERÍSTICAS

- Formato de lección a dos páginas con pasos concisos y claros.
- Ilustraciones grandes de pantallas a color.
- A lo largo de la obra, se usa como caso de estudio una agencia de viajes.
- Las secciones “Desafíos independientes de la vida real” piden la creación de documentos que en realidad pueden llegar a necesitar los estudiantes.
- Manejo de la nomenclatura de los elementos en inglés y en español: teclas, barras, iconos, botones, menús, opciones, etc.

### CONTENIDO

Introducción a Office 2007.

Creación de documentos con Word 2007.

Edición de documentos.

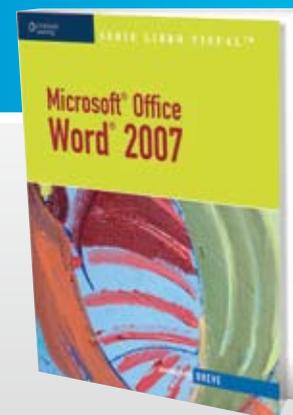
Cómo dar formato a texto y párrafos.

Formato de documentos.

Apéndice.

Glosario.

Índice analítico.



**Jennifer Duffy**

1a. edición, © 2009

Formato: 21 x 27 cm

152 pp.

ISBN 970-830-049-7

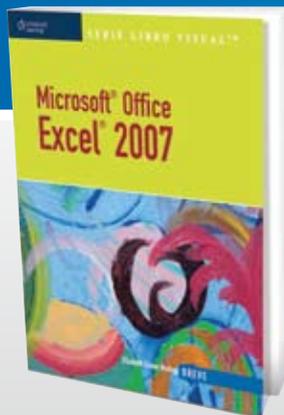
ISBN13 978-970-830-049-0

**NUEVO**



## MICROSOFT OFFICE EXCEL 2007

SERIE LIBRO VISUAL



**Elizabeth Eisner Reding**

1a. edición, © 2009  
Formato: 21 x 27 cm  
152 pp.

ISBN 970-830-052-7  
ISBN 13 978-970-830-052-0

**NUEVO**

El libro es una introducción práctica a los aspectos de Excel 2007 y una guía sencilla de consulta rápida y efectiva. Está organizado por unidades. Los lectores aprenden a trabajar con las diferentes herramientas y a crear y modificar hojas de cálculo. Las lecciones están organizadas por nivel de complejidad. Se usa como caso de estudio una agencia de viajes. Una de las principales ventajas de este libro es que los usuarios aprenden a trabajar al mismo tiempo con las versiones en inglés y en español del software.

### CARACTERÍSTICAS

- Formato de lección a dos páginas, adaptado a las necesidades de los clientes.
- Pasos concisos y claros.
- A lo largo de la obra, se usa como caso de estudio una agencia de viajes.
- Las secciones “Desafíos independientes de la vida real” piden la creación de documentos que en realidad pueden llegar a necesitar los estudiantes.
- Ilustraciones grandes de pantallas a color.
- Manejo de la nomenclatura de los elementos en inglés y en español: teclas, barras, iconos, botones, menús, opciones, etc.

### CONTENIDO

Introducción a Office 2007.  
Introducción a Excel 2007.  
Trabajar con fórmulas y funciones.  
Cómo dar formato a una hoja de cálculo.  
Trabajo con gráficas.  
Apéndice.  
Glosario.  
Índice analítico.



## FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD

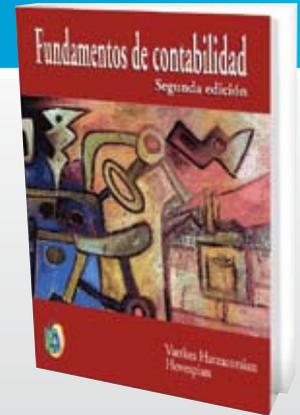
El libro transmite de manera sencilla y certera los conocimientos básicos de la contabilidad, a través de temas como el estado de situación financiera o balance general, estado de resultados, partida doble, la cuenta y registro de operaciones, entre otros. La brevedad de los conceptos facilita la comprensión y consolida, mediante razonamientos lógicos, el aprendizaje. Los cuestionarios y prácticas que se presentan al final de cada capítulo sirven como herramienta para que el lector pueda ejercitarse e identificar los puntos clave, confirmando así el método didáctico del libro. De igual manera evita repeticiones inútiles y términos complejos que dificultan la comprensión.

### CARACTERÍSTICAS

- Esta nueva edición, ha sido enriquecida con más ejercicios y prácticas que permiten al lector aplicar los conocimientos adquiridos en cada tema.
- Se actualizaron los ejercicios y prácticas que así lo requerían, en las cantidades de cada cuenta, para asemejarlo a casos reales.
- Es un texto desarrollado con un lenguaje sencillo y poco nivel de profundidad, lo que permite ser de utilidad para disciplinas diferentes a las del área económico-administrativa que requieren de conocimientos elementales en el área.

### CONTENIDO

1. Función de la contabilidad.
2. Estado de situación financiera o balance general.
3. Estado de resultados.
4. La partida doble.
5. La cuenta.
6. Registro de operaciones.
7. Sistema de inventarios perpetuos para el registro y control de mercancías.
8. Los libros principales.
9. Mayores auxiliares.
10. El sistema analítico o pormenorizado para registrar mercancías.
11. Valuación de inventarios.
12. Fondo de caja chica.
13. Registro del Impuesto al Valor Agregado.
14. Asientos de ajuste.
15. Depreciación.
16. Amortización.
17. Cuentas incobrables.
18. Otros asientos de ajuste.
19. Hoja de trabajo.
20. Principios de contabilidad generalmente aceptados.



**Vartkes Hartzacorjian  
Hovsepian**

2a. edición, © 2003  
Formato: 19 x 24.5 cm  
304 pp.

**ISBN 970-686-256-0**  
**ISBN13 978-970-686-256-3**



## INTRODUCCIÓN A LA CONTADURÍA FUNDAMENTOS



**Enrique Paz Zavala**

11a. edición, © 2008  
Formato: 16 x 23 cm  
496 pp.

ISBN 970-686-844-5  
ISBN13 978-970-686-844-2

**NUEVO**

La dinámica del entorno de los negocios de hoy ha llevado a los gobiernos, entidades reguladoras internacionales y a los organismos representativos de la contaduría a revisar y modificar la normatividad existente acerca de las características que la información financiera debe tener, con el objeto de responder a dicha dinámica y de que continúe sirviendo como base para la toma de decisiones.

En respuesta a lo anterior, y con la intención de brindar un recurso didáctico valioso, el autor ha desarrollado la presente obra, la cual es resultado de sus más de 30 años de trayectoria profesional y académica, a fin de que sea de utilidad como guía en el estudio de un primer curso de contabilidad para todo lector que incursiona en las carreras relacionadas con los negocios.

### CARACTERÍSTICAS

En su desarrollo se abordan temas fundamentales como los siguientes:

- Características de la profesión de contador público y el campo de actuación profesional del mismo.
- Ética profesional en la contaduría pública.
- Información financiera y normas que la regulan.
- Estados financieros básicos y elementos de análisis, interpretación y reexpresión de los mismos.
- Registro de las operaciones y los diferentes métodos para hacerlo, así como asientos de ajuste.
- Aspectos contables del Impuesto al Valor Agregado.

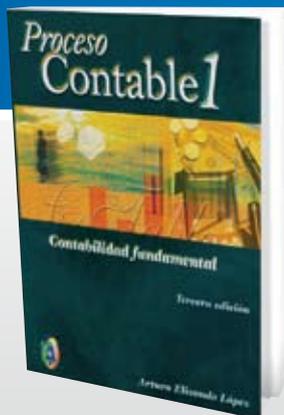
### CONTENIDO

1. La contaduría pública.
2. Ética profesional.
3. La información financiera y normas de información financiera.
4. Estado de situación financiera.
5. El estado de resultados.
6. La partida doble y la cuenta.
7. Registro de operaciones.
8. Método para el registro de las operaciones con mercancías.
9. El Impuesto al Valor Agregado en el registro de operaciones.
10. Asientos de ajuste.
11. La hoja de trabajo y el cierre de operaciones de un ejercicio.



## PROCESO CONTABLE 1

### CONTABILIDAD FUNDAMENTAL



**Arturo Elizondo López**

3a. edición, © 2003  
Formato: 21 x 27 cm  
408 pp.

ISBN 970-686-274-9  
ISBN13 978-970-686-274-7

El libro introduce al estudio de la contabilidad básica y el proceso contable mediante cinco capítulos en su parte inicial: contaduría pública, teoría contable, proceso contable, contabilidad e información financiera. La segunda trata el proceso contable en sus tres primeras fases: sistematización (selección, diseño e implantación de un sistema contable), evaluación (reglas de cuantificación de ventas) y procesamiento de datos hasta la balanza de comprobación.

#### CARACTERÍSTICAS

- Cada capítulo inicia con los objetivos de aprendizaje que el lector debe alcanzar al terminar su estudio. Se incluyen lecturas vinculadas con la unidad respectiva en particular o con la profesión contable en general.
- La última parte presenta una guía de estudio que comprende los cuestionarios planteados en cada capítulo y sus respuestas.

#### CONTENIDO

Parte Uno: Introducción al Proceso Contable. 1. La Contaduría Pública. 2. La Teoría Contable. 3. El Proceso Contable. 4. La Contabilidad. 5. La Información Financiera. Parte Dos: Desarrollo del Proceso Contable. 6. Primera fase: Sistematización. 7. Segunda fase: Valuación. 8. Tercera fase: Procesamiento. Parte Tres: Síntesis del segundo volumen. 9. Tercera fase: Procesamiento (continuación). 10. Cuarta fase: Evaluación. 11. Quinta fase: Información.

## PROCESO CONTABLE 2

### CONTABILIDAD FUNDAMENTAL

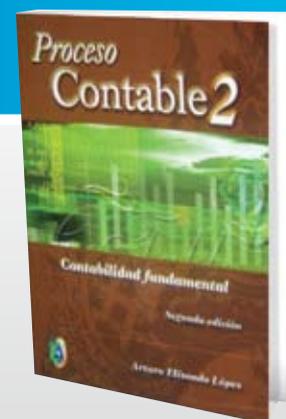
La presente obra es el segundo volumen para un primer curso de contabilidad. Continúa con la fase de procesamiento hasta la elaboración de estados financieros, mediante el estudio de los procedimientos y métodos denominados tabular, centralizador, pólizas y electrónico; además de su análisis (evaluación) y la preparación del informe final (información).

#### CARACTERÍSTICAS

- Cada capítulo inicia con los objetivos de aprendizaje que el alumno debe alcanzar al terminar su estudio.
- Se incluyen lecturas vinculadas con el capítulo estudiado en particular o con la profesión contable en general.
- La última parte presenta una guía de estudio que comprende los cuestionarios propuestos en cada capítulo con sus respuestas y ejercicios de comprensión con solución.

#### CONTENIDO

Parte uno: Introducción. 1. La Contaduría Pública. 2. La teoría contable. 3. El proceso contable. 4. La contabilidad. 5. La información financiera. 6. Primera fase: Sistematización. 7. Segunda fase: Valuación. 8. Tercera fase: Procesamiento (hasta la balanza de comprobación). Parte dos: 9. Cuarta fase: Evaluación. 10. Quinta fase: Información.

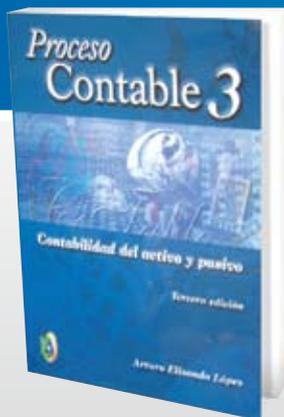


**Arturo Elizondo López**

2a. edición, © 2003  
Formato: 21 x 27 cm  
142 pp.

ISBN 970-686-275-7  
ISBN13 978-970-686-275-4

## PROCESO CONTABLE 3 CONTABILIDAD DEL ACTIVO Y PASIVO



**Arturo Elizondo López**

3a. edición, © 2003  
Formato: 21 x 27 cm  
420 pp.

ISBN 970-686-276-5  
ISBN13 978-970-686-276-1

Este volumen comprende el estudio pormenorizado de los elementos que conforman el activo y pasivo de una entidad económica, así como las transacciones extrafinancieras que se procesan mediante cuentas de orden. Éstos se desarrollan por medio de seis capítulos divididos en dos partes: Introducción al proceso contable, que aborda las partidas de activo y pasivo y cinco capítulos de análisis de estos elementos bajo las fases del proceso contable.

### CARACTERÍSTICAS

- Cada capítulo inicia con los objetivos de aprendizaje que el alumno debe alcanzar al terminar su estudio.
- Se incluyen lecturas vinculadas con la unidad estudiada en particular o con la profesión contable en general.
- La última parte presenta una guía de estudio que comprende los cuestionarios propuestos en cada capítulo con sus respuestas y ejercicios de comprensión con solución.

### CONTENIDO

Introducción. Parte Uno: Introducción al Proceso Contable. 1. Conceptos de Activo y Pasivo. Parte Dos: Desarrollo del Proceso contable. 2. Primera fase: Sistematización. 3. Segunda fase: Valuación. 4. Tercera fase: Procesamiento. 5. Cuarta fase: Evaluación. 6. Quinta fase: Información.

## PROCESO CONTABLE 4 CONTABILIDAD DEL CAPITAL

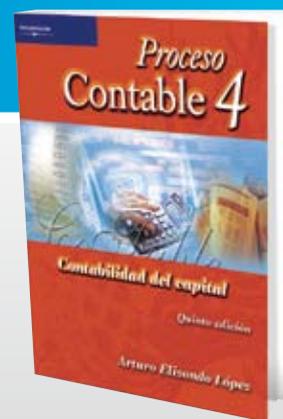
Esta obra emprende el estudio de las Sociedades Mercantiles y Entidades no lucrativas, incluyendo aspectos de Disolución, Liquidación y Quiebra. El libro se orienta hacia alumnos que cursan un cuarto nivel de Contabilidad, con independencia de la disciplina que estudian.

### CARACTERÍSTICAS

- Consta de dos capítulos, los que recuerdan al lector las fases del Proceso Contable y lo introducen a los conceptos del Capital de las entidades.
- Además aborda la temática del Capital en las Sociedades y Asociaciones por medio de cinco capítulos: Sistematización, Valuación, Procesamiento, Evaluación e Información.
- Cada capítulo finaliza con un Cuestionario Sinóptico y Ejercicios de Comprensión.

### CONTENIDO

1. Introducción al proceso contable. 2. El proceso contable. 3. Conceptos básicos sobre capital. 4. Desarrollo del proceso contable. 5. Sistematización. 6. Valuación. 7. Procesamiento. 8. Evaluación. 9. Información. 10. Cuestionario sinóptico y ejercicios de comprensión.



**Arturo Elizondo López**

5a. edición, © 2006  
Formato: 21 x 27 cm  
320 pp.

ISBN 970-686-277-3  
ISBN13 978-970-686-277-8

# ADMINISTRACIÓN DE COSTOS

## CONTABILIDAD Y CONTROL

El libro presenta un amplio tratamiento de los enfoques tradicionales y contemporáneos para la administración de costos, la contabilidad y el control, y se puede usar para un curso de uno o dos semestres. De esta manera, los estudiantes pueden ver la forma en la cual cada sistema se puede usar para el costeo, para el control y para la toma de decisiones y puede evaluar las ventajas y las desventajas de cada uno de ellos. Este enfoque ayuda a los estudiantes a ver la manera en que la administración de costos se aplica a los problemas en el mundo de la actualidad y a entender la riqueza de los enfoques para los problemas de negocios.

### CARACTERÍSTICAS

- El libro contiene una gran cantidad de ejemplos, de aplicaciones del mundo real y de ilustraciones de importantes conceptos de contabilidad de costos y de administración de costos.
- Los ejercicios y los problemas se gradúan en cuanto a su dificultad desde sencillos hasta desafiantes. Cada capítulo incluye por lo menos un caso de ética. Todos los capítulos también incluyen un caso de investigación en la Web para darle a los estudiantes práctica en el desarrollo de la investigación en la Internet.
- Los problemas de plantillas de hojas de cálculo se identifican en los materiales de fin de capítulo con un icono apropiado. Estos problemas han sido diseñados para ayudar a los estudiantes a usar aplicaciones de hojas electrónicas para resolver los problemas de contabilidad de costos.

### CONTENIDO

1. Introducción a la administración de costos. 2. Conceptos básicos de administración de costos. 3. Comportamiento de los costos. 4. Costeo basado en actividades. 5. Fundamentos de costeo y de control. 6. Costeo de productos y servicios: un enfoque de sistemas por procesos. 7. Distribución de costos de los departamentos de apoyo a los productos conjuntos. 8. Preparación de presupuestos para la planeación y el control. 9. Costos estándar: un enfoque de control basado en las funciones. 10. Descentralización: contabilidad por áreas de responsabilidad, evaluación del desempeño y precios de transferencia. 11. Costeo avanzado y control. 12. Administración basada en actividades. 13. El *Balanced Scorecard*: control basado en estrategias. 14. Administración de costos de la calidad. 15. Medición y control de la productividad. 16. Costos ambientales: medición y control. 17. Análisis costo-volumen-utilidad. 18. Modelo del uso de recursos en las actividades y toma de decisiones tácticas. 19. Fijación de precios y análisis de rentabilidad. 20. Inversión de capital. 21. Administración del inventario: lote económico de la orden, JIT y la teoría de las restricciones.



**Don R. Hansen/  
Maryanne M. Mowen**

5a. edición, © 2007

Formato: 21 x 27 cm

1004 pp.

**ISBN 970-686-583-7**

**ISBN13 978-970-686-583-0**



## CONTABILIDAD DE COSTOS TRADICIONES E INNOVACIONES



**Jesse T. Barfield/  
Cecily A. Raiborn et al.**

5a. edición, © 2004  
Formato: 20 x 27 cm  
924 pp.

ISBN 970-686-358-3  
ISBN13 978-970-686-358-4

Este libro ofrece al lector la oportunidad de aprender la contabilidad de costos a partir de la presentación más práctica y apegada al mundo real, mediante la fusión de un método de enseñanza tradicional y probado para el estudio de los costos y la integración de tópicos altamente innovadores. Proporciona una sólida combinación de conceptos y prácticas que ayudarán al lector a entender con toda claridad la manera de resolver problemas en su acción profesional. Además ha sido escrito de manera fácil de entender y en él se induce al análisis de los temas.

### CARACTERÍSTICAS

- Proporciona cobertura, en cuanto a los negocios internacionales, a las áreas actualmente perfeccionadas para la evaluación del desarrollo organizacional, a la industria de servicios y al impacto de la tecnología, así como en las reevaluaciones de ingeniería de los procesos de negocios, las reorganizaciones y reestructuraciones, la diversidad de la fuerza de trabajo, la planeación de los recursos económicos, las alianzas estratégicas, la administración basada en la información abierta y el comercio electrónico.
- Contiene un gran número de notas informativas que exponen importantes aspectos de actualidad en el mundo de los negocios a través de casos de compañías reales relacionadas con el tema de cada capítulo. Ello permite mostrarle al lector la forma en que la administración afecta a las decisiones de negocios del mundo real.
- El lector podrá probar su nivel de dominio de la contabilidad de costos mediante crucigramas y exámenes interactivos a base de preguntas.

### CONTENIDO

Parte 1. Panorama general.

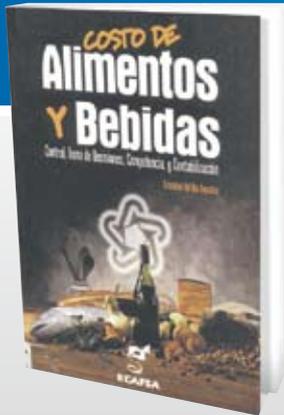
1. Introducción a la contabilidad de costos y a la contabilidad administrativa en el entorno global de los negocios.
2. Introducción a los sistemas de administración de costos.

Parte 2. Sistemas y métodos de costeo de los productos.

3. Flujos de costos organizacionales.
4. Sistemas de costeo basado en actividades para la administración.
5. Costeo por órdenes.
6. Costeo por procesos.
7. Tópicos especiales y de producción.
8. Aplicando conceptos de calidad.
9. Asignaciones de costos para coproductos y para subproductos.
10. Costeo estándar.

Parte 3. Planeación y control.

11. Costeo absorbente.
12. Costeo relevante.
13. El presupuesto maestro.
14. El presupuesto de capital.
15. Administración financiera.



**Cristóbal del Río González**

4a. edición, © 2003  
Formato: 16 x 22 cm  
448 pp.

ISBN 970-686-336-2  
ISBN13 978-970-686-336-2

## COSTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

CONTROL, TOMA DE DECISIONES, COMPETENCIA Y CONTABILIZACIÓN

En este inicio del Siglo XXI caracterizado por la globalización e interdependencia en los aspectos financieros, de inversión, de producción, de desarrollo tecnológico, de administración avanzada de servicios y de comercialización, donde la competencia se recrudece, sólo pueden sobrevivir los que ofrecen la mejor calidad, atención y precio, para lo que es necesario el abatimiento de costos, mismo que es difícil de lograr si no se tiene un extraordinario control interno, aprovechando al máximo la capacidad productiva, personal eficiente y entrenado en todos los aspectos, una contabilidad y costos que sirvan en realidad para tomar decisiones acertadas, con el objeto de saber si se está en competencia, de lo contrario es encontrarse en el inmenso mar del fracaso.

### CARACTERÍSTICAS

- El presente libro que no pretende ser exhaustivo, obedece a las exigencias plasmadas; por consiguiente, se espera que participe de una manera u otra en el éxito de la industria gastronómica, aportando al menos el mínimo deseable que debiera tener todo actor sobre “Alimentos y Bebidas” en el aspecto turístico y de servicios.

### CONTENIDO

1. Introducción. 2. Generalidades. 3. Control y costo de alimentos. 4. Control y costo de bebidas. 5. Contabilización del costo de alimentos y bebidas. Conclusiones.

## COSTO INTEGRAL CONJUNTO

EL MÉTODO MÁS ACTUALIZADO, REVOLUCIONARIO Y PRÁCTICO

El tema de esta obra rompe con todo lo establecido a la fecha, con atavismos, lo ortodoxo, las costumbres, pero está altamente fundamentado, por lo que es necesario tomar el reto para llevarlo más a la práctica, y quizá se frene, porque el humano le teme al cambio, por la comodidad de lo conocido, aunque no sea lo mejor.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta un método para la determinación de los costos: innovador, revolucionario, creativo y práctico. Este método seguramente traerá enormes adelantos a la planeación y dirección estratégicas, asimismo a la toma de decisiones, no alcanzados hasta hoy, debido a la obtención del “Casi Costo Total” del producto.

### CONTENIDO

1. Desarrollo histórico de las contabilidades de: costos, financiera, gerencial, directiva, de gestión y administrativa.
2. Los costos tradicionales y lo actual.
3. Teoría y fundamentos del costo integral-conjunto.
4. Caso práctico.

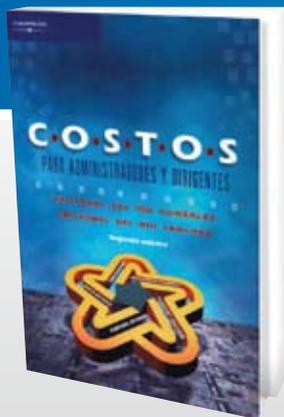


**Cristóbal del Río González**

2a. edición, © 2000  
Formato: 16 x 22 cm  
216 pp.

ISBN 970-686-337-0  
ISBN13 978-970-686-337-9

## COSTOS PARA ADMINISTRADORES Y DIRIGENTES



**Cristóbal del Río González/  
Cristóbal del Río Sánchez**

2a. edición, © 2004  
Formato: 19 x 24.5 cm  
472 pp.

ISBN 970-686-318-4  
ISBN13 978-970-686-318-8

Esta obra fue hecha precisamente para administradores y dirigentes, eliminando todos los aspectos técnicos que domina el contador, para que así el administrador o dirigente pueda asimilar fácilmente su contenido y coadyuve en la toma de decisiones.

### CARACTERÍSTICAS

- En su contenido se desarrollan aspectos sobre generalidades, conceptos, teoría y práctica del universo de los costos, sus sistemas, procedimientos y técnicas.
- La toma de decisiones con base en los costos es como la parte medular de la obra, mostrando así que en nuestra época la Contabilidad de Costos tiene un campo más amplio, aplicable en cualquier tipo de actividad.

### CONTENIDO

1. Desarrollo histórico de las contabilidades de: costos, financiera, gerencial, directiva o de gestión, y administrativa. 2. Generalidades. 3. Generalidades sobre los sistemas de costos. 4. Generalidades sobre la contabilidad de costos industriales. 5. Control y contabilización de los elementos del costo. 6. Costos predeterminados. 7. Costos de operación (distribución, administración, y financiación). 8. Costo variable (directo o marginal). 9. Los costos tradicionales y lo actual. 10. Costo integral-conjunto. 11. Generalidades para la implantación de un sistema de costos industriales. 12. Los costos, la toma de decisiones, la planeación y dirección estratégicas, y la evaluación de proyectos.

## COSTOS I HISTÓRICOS

Esta obra cumple con el objetivo de enseñar al lector cómo conocer y manejar los conceptos y las técnicas de los temas tratados. Por ejemplo, la contabilización (práctica) en una entidad industrial de transformación con costos históricos, en general, y en particular, los gastos indirectos de producción, también a costos estimados con análisis y subanálisis de sus variaciones.

### CARACTERÍSTICAS

- Contiene una visión panorámica introductiva del universo de los costos, su desarrollo histórico, sus diferentes conceptos e integraciones de sistemas, procedimientos, métodos y técnicas; su teoría, soluciones, y contabilización (práctica) en una entidad industrial de transformación con costos históricos, en general y en particular los gastos indirectos de producción, también a costos estimados con análisis y subanálisis de sus variaciones.
- Contiene una visión panorámica introductiva del universo de los costos, su desarrollo histórico, sus diferentes conceptos e integraciones.
- Dado el nivel de estudios a que está dirigida, procura ser, en su aspecto elemental, una introducción a la contabilidad de costos para tratar posteriormente, temas de mayor nivel de dificultad comprendidos en volúmenes subsecuentes.

### CONTENIDO

1. Desarrollo histórico de las contabilidades de costos: financiera, gerencial, directiva o de gestión y administrativa. 2. Generalidades sobre los sistemas de costos. 3. Generalidades sobre la contabilidad de costos industriales. 4. Control de la contabilización de los elementos del costo. 5. Procedimientos de control por órdenes de producción y por clases. 6. Procedimientos de control por procesos productivos y por operaciones. 7. Costos de producción en común o conjuntos.



**Cristóbal del Río González**

21a. edición, © 2003  
Formato: 16 x 22 cm  
362 pp.

ISBN 970-686-356-7  
ISBN13 978-970-686-356-0

## COSTOS II

### PREDETERMINADOS, DE OPERACIÓN Y COSTO VARIABLE



**Cristóbal del Río González**

17a. edición, © 2003  
Formato: 16 x 22 cm  
252 pp.

ISBN 970-686-355-9  
ISBN13 978-970-686-355-3

La empresa industrial, para lograr el éxito y poder competir en el mercado, debe producir artículos que posean buena calidad. Esto sólo es posible si se aplican en la empresa técnicas avanzadas de costos, adecuada toma de decisiones, se organiza en forma apropiada y se tiene un conocimiento anticipado de sus operaciones y un buen control interno.

#### CARACTERÍSTICAS

- Presenta de manera didáctica y con ejercicios prácticos las técnicas de valuación predeterminadas, comenzando con la más elemental: costos estimados, concluyendo con la máxima técnica de valuación: costos estándar.

#### CONTENIDO

1. Costos predeterminados.
2. Costo de operación.
3. Costo variable.

## COSTOS III

Su contenido abarca desde costos tradicionales como es el costo variable, hasta los temas, “filosofías”, métodos, ideas, etc., más actuales que tienen relación con los costos.

#### CARACTERÍSTICAS

- Se toca la implantación del sistema de costos, la toma de decisiones, la planeación y dirección estratégicas, redondeando todo con casos en costos especiales, sobre industrias extractivas y servicios, aplicables al entorno nacional en particular, y en general para América Latina.

#### CONTENIDO

1. Costo variable.
2. Los costos tradicionales y lo actual.
3. Costo integral conjunto.
4. Generalidades de la implantación de un sistema de costos industriales.
5. Los costos, la toma de decisiones y la planeación y dirección estratégicas, la evaluación de proyectos, etcétera.



**Cristóbal del Río González**

4a. edición, © 2007  
Formato: 19 x 24.5 cm  
160 pp.

ISBN 970-686-649-3  
ISBN13 978-970-686-649-3

## CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA



**Carl S. Warren/  
James M. Reeve et al.**

8a. edición, © 2005  
Formato: 21 x 27 cm  
602 pp.

**ISBN 970-686-430-X**  
**ISBN13 978-970-686-430-7**

Los cambios en el ambiente de los negocios requieren que los futuros gerentes cuenten con habilidades administrativas y financieras. Este libro enfoca la forma en que la contabilidad contribuye a que se haga una toma de decisiones eficaz.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta la metodología para preparar un discurso en siete pasos.
- Contiene ejercicios innovadores: la sección “¿Dónde está el error?”, reta al estudiante a que analice y critique los estados financieros, los informes o las decisiones gerenciales.
- Cada capítulo cuenta con un conjunto completo de problemas para que se utilicen como ilustraciones en el salón de clases, para asignar como tareas o para un estudio independiente.
- Cada conjunto de ejercicios presenta un problema resuelto.

### CONTENIDO

1. Introducción a la contabilidad administrativa y sistemas de costos por órdenes de producción. 2. Sistemas de costos por procesos. 3. Análisis del comportamiento de los costos y costo-volumen-utilidad. 4. Reporte de utilidades para análisis por parte de la administración. 5. Cómo formular presupuestos. 6. Evaluación del desempeño utilizando desviaciones respecto a costos estándar. 7. Evaluación del desempeño para operaciones descentralizadas. 8. Análisis diferencial y determinación del precio del producto. 9. Análisis de inversión de capital. 10. Asignación y determinación de costos basada en la actividad. 11. Administración de costos para productores justo a tiempo. 12. Estado de flujos de efectivo. 13. Análisis de estados financieros. Apéndices: Tablas de interés e Informe Anual de Home Depot. Glosario. Índices temático y de compañías.

## Contabilidad financiera

### CONTABILIDAD FINANCIERA

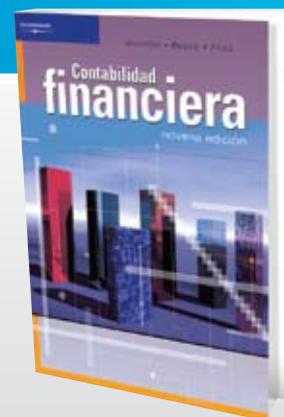
La novena edición de esta obra clásica muestra el camino para enfrentar los retos de la práctica contable del futuro con innovadores sistemas de enseñanza ponen al alcance del lector la realidad que viven las empresas. Presenta de manera más realista el modo en que operan las grandes compañías internacionales, además integra opciones de aprendizaje diseñadas para que la capacidad de los alumnos no se limite al aula. De hecho, los elementos didácticos invitan al lector a explotar el mundo de opciones que Internet ofrece.

### CARACTERÍSTICAS

- Nuevas secciones de prácticas contables, análisis y elaboración de estados financieros.
- Apartados de práctica y reflexión para quien desea especializarse en la contabilidad financiera.
- Recuadros sobre temas de integridad contable en los negocios.
- Estrategias clave aplicadas a situaciones de empresas reales.
- Iconos de referencia para jerarquizar la complejidad de los ejercicios.

### CONTENIDO

1. Introducción a la contabilidad y los negocios. 2. Análisis de las transacciones. 3. El concepto de realización y el proceso de ajuste. 4. Terminación del ciclo contable. 5. Sistemas contables y controles internos. 6. Contabilidad de empresas comerciales. 7. Efectivo. 8. Cuentas y documentos por cobrar. 9. Inventarios. 10. Activos fijos y activos intangibles. 11. Pasivos a corto plazo. 12. Corporaciones: organización, transacciones de capital social y dividendos. 13. Contabilidad de empresas de propietario único y sociedades de responsabilidad limitada. 14. Impuesto sobre la renta, partidas de ingresos inusuales e inversiones en acciones. 15. Bonos por pagar e inversiones en bonos. 16. Estado de flujos de efectivo. 17. Análisis de estados financieros.



**Carl S. Warren/  
James M. Reeve**

9a. edición, © 2005  
Formato: 21 x 27 cm  
830 pp.

**ISBN 970-686-419-9**  
**ISBN13 978-970-686-419-2**

## CÓMO HACER Y REHACER UNA CONTABILIDAD



**Juan Ramón  
Santillana González**

8a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
270 pp.

**ISBN 970-686-348-6**  
**ISBN13 978-970-686-348-5**

El objetivo de la obra es ayudar, con un lenguaje sencillo y de fácil comprensión, a la solución de problemas de control, registro contable y suministros de información financiera para todo tipo de organización, proponiendo en su contenido un sistema contable con todos los elementos de control y registro.

### CARACTERÍSTICAS

- Sugiere una serie de tareas tendientes a rehacer o regularizar una contabilidad eficiente en las empresas.
- Introduce al sistema contable propuesto aquellos conceptos básicos del control interno implícitos en la actividad que conlleva cada cuenta del catálogo de cuentas; conceptos que en su oportunidad son complementados con la adopción de un buen sistema de información financiera.

### CONTENIDO

1. Cómo hacer una contabilidad.
2. Paquete de estados financieros.
3. Cómo rehacer una contabilidad.

## CONTABILIDAD DE SOCIEDADES

Obra didáctica principalmente para estudiantes y profesionales en las áreas de la contaduría. Estudia a las sociedades mercantiles y civiles en sus aspectos legales, generales, contables y fiscales. Dado que los procesos contables de las sociedades constituyen el origen y parte sustancial de esta obra, se actualiza con temas como el esquema de la teoría básica de la contabilidad y objetivos de los estados financieros, para dar la visión de lo que debe conocer el contador, e introducir al lector en la problemática actual mediante la utilización de casos prácticos.

### CARACTERÍSTICAS

- Incluye la nueva Ley de Concursos Mercantiles y Quiebras, que sustituye a la derogada Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos.
- Abarca temas como: fusiones, escisiones, emisión de obligaciones y consolidación de estados financieros, entre otros.

### CONTENIDO

1. Aspectos genéricos.
2. Sociedad Anónima (SA).
3. Sociedad Cooperativa (SC).
4. Sociedad de Responsabilidad Limitada (S de RL).
5. Sociedad en Nombre Colectivo (SNC) y Comanditas (SCS-SCA).
6. Aspectos legales misceláneos.
7. Aspectos contables misceláneos.
8. Asociación en participación.
9. Agrupaciones financieras.
10. Fusión y transformación de sociedades.
11. Consolidación de estados financieros.
12. Escisión de sociedades.
13. Ley de Concursos Mercantiles y Quiebras.
14. Disolución y liquidación de sociedades.
15. Emisión de obligaciones.



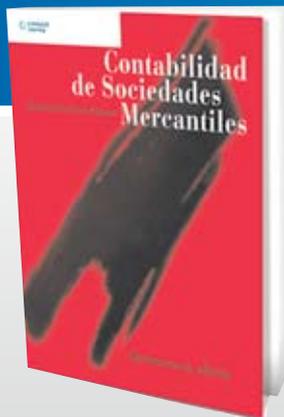
**Manuel Resa García**

12a. edición, © 2008  
Formato: 16 x 23 cm  
377 pp.

**ISBN 970-686-904-2**  
**ISBN13 978-970-686-904-3**

**NUEVO**

## CONTABILIDAD DE SOCIEDADES MERCANTILES



**Abraham Perdomo Moreno**

14a. edición, © 2002

Formato: 16 x 23 cm

398 pp.

ISBN 970-686-252-8

ISBN13 978-970-686-252-5

La presente obra constituye una herramienta útil y valiosa que ayudará al lector a entender las diferentes formas de constituir empresas y su tratamiento legal y contable, a fin de que ayude a la buena marcha de organizaciones privadas, públicas, sociales y mixtas en un entorno de globalización económica, estabilidad, crisis, creatividad, imaginación y competitividad local, nacional e internacional con el dominio de los temas aquí presentados.

### CARACTERÍSTICAS

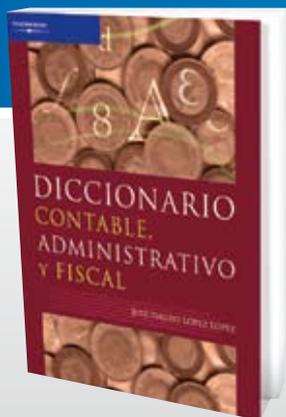
- Tanto estudiantes de las carreras de Contaduría, Administración, Finanzas e Informática, como profesionales y quienes se relacionen con empresas constituidas como sociedades o asociaciones mercantiles o civiles, encontrarán una verdadera fuente de estudios, consulta y aplicación práctica, por su desarrollo sintético, claro y consecuente y por la bien lograda presentación de ejemplos y casos reales.

### CONTENIDO

1. Sociedades mercantiles. 2. Clasificación de las sociedades mercantiles. 3. Origen de las sociedades mercantiles. 4. Contrato de sociedad mercantil. 5. Proceso constitutivo. 6. Sociedad en nombre colectivo. 7. Sociedad en comandita simple. 8. Sociedad de responsabilidad limitada. 9. Sociedad anónima. 10. Sociedad en comandita por acciones. 11. Sociedades cooperativas. 12. Aumentos de capital social. 13. Reducciones de capital social. 14. Anticipos a cuenta de utilidades. 15. Utilidades acumulativas. 16. Aplicación de utilidades. 17. Tratamiento de pérdidas. 18. Sueldo a socios y accionistas. 19. Prestaciones accesorias. 20. Intereses constitutivos. 21. Amortización de acciones. 22. Partes sociales y acciones desertas. 23. Prima en venta de acciones. 24. Bonos del fundador. 25. Acciones del trabajo. 26. Transformación de sociedades mercantiles. 27. Fusión de sociedades mercantiles. 28. Escisión de sociedades mercantiles. 29. Disolución y liquidación de sociedades mercantiles. 30. Suspensión de pagos. 31. Estudio contable de quiebras. 32. Estudio de partes sociales. 33. Estudio de acciones. 34. Acta de asamblea constitutiva. 35. Acta de asamblea de accionistas. 36. Asamblea extraordinaria de accionistas. 37. Acta de asamblea del consejo de administración. 38. Permiso a la Secretaría de Relaciones Exteriores. 39. Asociación de participación. 40. Sociedad de responsabilidad limitada de interés público. 41. Sociedades y asociaciones civiles. 42. Sociedad financiera de objeto limitado. 43. Estructura de la Ley de Inversión Extranjera y su reglamento respectivo. 44. Ley General de Sociedades Mercantiles. 45. Reexpresión de estados financieros. 46. Estados financieros consolidados. 47. Cumplimiento de obligaciones legales.



## DICCIONARIO CONTABLE, ADMINISTRATIVO Y FISCAL



**José Isauro López López**

3a. edición, © 2007  
Formato: 16 x 23 cm  
350 pp.

ISBN 970-686-764-3  
ISBN13 978-970-686-764-3

Este diccionario reúne los términos técnicos, contables, administrativos y fiscales más utilizados por estudiantes y profesores en escuelas, institutos, colegios y universidades.

### CARACTERÍSTICAS

- Por tener un lenguaje claro y sencillo permite ser consultado por contadores, administradores, economistas, fiscalistas, auditores, abogados, empresarios y demás personas que se relacionan con actividades del área de los negocios.
- Los términos conceptualizados no tienen límite en su vigencia, con excepción de los que corresponden al aspecto fiscal, que están sujetos a la interpretación dada por las autoridades competentes.

### CONTENIDO

1. Definiciones de los conceptos que se utilizan con mayor frecuencia en contabilidad, administración, fiscal, finanzas y auditoría.

## Presupuestos

### EL PRESUPUESTO

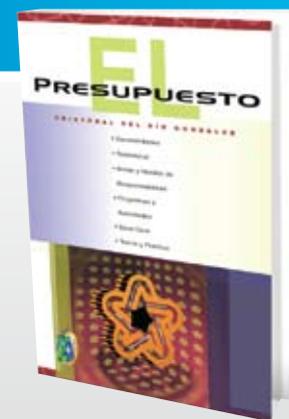
En esta obra el autor presenta los antecedentes, generalidades, requisitos, características e importancia, así como la forma de diseñar, implementar, dirigir y controlar el presupuesto, determinar y corregir a tiempo las variaciones y desviaciones, todo ello en todo tipo de presupuesto en cualquier entidad, tanto en la teoría como en la práctica, terminando con la conexión entre la administración, la contaduría y el presupuesto, para su ubicación y jerarquía.

### CARÁCTERÍSTICAS

- Es el único libro de la materia en el mercado que integra índices cruzados en el ejercicio del presupuesto tradicional.
- Contiene un ejemplo práctico del presupuesto por áreas y niveles de responsabilidad.

### CONTENIDO

1. Generalidades.
2. Integración del control presupuestal.
3. Caso práctico de integración presupuestal.
4. Presupuesto por áreas y niveles de responsabilidad.
5. Presupuesto por programas y actividades.
6. Presupuesto base cero.
7. La administración, la contaduría y el presupuesto.
8. Presupuesto del capital.



**Cristobal del Río González  
Raymundo del Río González  
et al.**

10a. edición, © 2009  
Formato: 19 x 24 cm  
319 pp.

ISBN Pendiente  
ISBN13 Pendiente

**NUEVO**

## DERECHO CORPORATIVO Y LA EMPRESA



**Roberto Sanromán Aranda/  
Angélica Cruz Gregg**

1a. edición, © 2008  
Formato: 16 x 23 cm  
194 pp.

ISBN 970-686-815-1  
ISBN13 978-970-686-815-2

**NUEVO**

En esta obra se estudian temas fundamentales de derecho corporativo tales como: derecho bancario, régimen fiscal de la empresa, comercio exterior, propiedad intelectual y derecho laboral, entre otros. Con ello se da cobertura a todo programa de estudios de un curso de derecho corporativo para estudios de licenciatura y posgrado en las áreas de los negocios.

### CARACTERÍSTICAS

- Actualizado y didáctico.
- Excelente presentación.

### CONTENIDO

1. El derecho corporativo y la empresa.
2. La empresa y el derecho económico.
3. Regulación jurídica de la actividad empresarial.
4. Derecho bancario.
5. Régimen fiscal de la empresa.
6. Comercio exterior e inversión extranjera.
7. Propiedad intelectual.
8. Derecho laboral y legislación aplicable.

## DERECHO DEL TRABAJO

En esta obra se estudia de manera sencilla y práctica lo relativo al surgimiento de los derechos sociales, la naturaleza jurídica y sus leyes reglamentarias, las autoridades administrativas y jurisdiccionales, la supletoriedad en materia laboral y la federalización.

Cada uno de los capítulos incluye ejemplos y mapas conceptuales para una mejor comprensión de los temas, por lo que la lectura de la obra será de lo más amena y provechosa para el estudioso del derecho laboral.

### CARACTERÍSTICAS

- Al inicio de cada capítulo se presentan “Objetivos de aprendizaje” y, al final, “Actividades de aprendizaje”, con la finalidad de que el lector se aproxime a los contenidos conceptuales y al desarrollo de sus competencias laborales.
- El contenido de temático es el más actualizado en la materia, al tiempo que su presentación se realiza de manera didáctica y moderna.
- Excelente presentación.

### CONTENIDO

1. Generalidades.
2. Relaciones individuales de trabajo.
3. Condiciones generales de trabajo.
4. Término de la relación laboral.
5. Obligaciones y prohibiciones de patrones y trabajadores.
6. Trabajos especiales.
7. Relaciones colectivas de trabajo.
8. Otras disposiciones.
9. Nociones de seguridad social.



**Patricia Lemus Raya**

2a. edición, © 2009  
Formato: 16 x 23 cm  
196 pp.

ISBN 970-686-816-X  
ISBN13 978-970-686-816-9

**NUEVO**

## DERECHO DE LOS NEGOCIOS

### TÓPICOS DE DERECHO PRIVADO

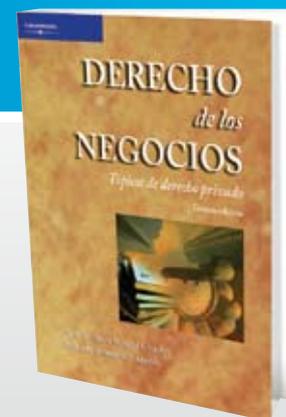
Esta tercera edición pretende conducir al conocimiento jurídico actual, con todas las reformas conforme al Código Civil para el Distrito Federal y de otras leyes que han sufrido modificaciones en materia de derecho civil, como es el caso del derecho familiar y de otras leyes como la Ley General de Sociedades Mercantiles, la creación de la Ley de Concursos Mercantiles, que viene a abrogar la Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos.

#### CARACTERÍSTICAS

- Está dirigido a los alumnos de las licenciaturas en contaduría pública, administración de empresas y negocios internacionales, entre otras.
- Es claro y conciso.
- Maneja conceptos y explicaciones de tecnicismos jurídicos.
- Presenta cuadros sinópticos, autoevaluaciones y sitios de Internet para profundizar en los temas deseados.
- Está actualizado en lo referente a las sociedades mercantiles y a la Ley de Concursos Mercantiles.
- Tiene nuevo diseño de interiores que hace de la obra un instrumento más didáctico.

#### CONTENIDO

1. Introducción al derecho.
2. Conceptos jurídicos fundamentales.
3. Acontecimientos de la vida privada.
4. Las obligaciones.
5. Contratos.
6. Los títulos de crédito.
7. Regulación de la actividad comercial.
8. El fracaso financiero de la empresa.



**Juan Antonio  
Rangel Charles/  
Roberto Sanromán Aranda**

3a. edición, © 2007  
Formato: 19 x 24.5 cm  
320 pp.

**ISBN 970-686-752-X**  
**ISBN13 978-970-686-752-0**



## IMPUESTO SOBRE LA RENTA PERSONAS FÍSICAS NO EMPRESARIAS



**Ma. Antonieta  
Martín Granados/  
Susana Mireles et al.**

Edición 2009  
Formato: 16 x 23 cm  
397 pp.  
ISBN 970-830-060-8  
ISBN13 978-970-830-060-5

**NUEVO**

Este libro está dirigido a los estudiantes de la licenciatura en Contaduría que cursan la materia de Impuesto Sobre la Renta de las Personas Físicas del Título IV, excepto en la parte correspondiente a las actividades empresariales.

El objetivo de la obra es desarrollar los temas de una manera sencilla, con ejemplos y tareas. Asimismo, se incluyen cuestionarios de autoevaluación y casos prácticos a resolver, con el objeto de medir en el lector su criterio de aplicación del contenido estudiado en cada capítulo, además de que sirven al profesor como examen o práctica para evaluar el curso. De igual manera, se incorpora una práctica final en la que el lector deberá calcular los pagos provisionales de cada capítulo y elaborar la declaración anual del Impuesto Sobre la Renta, lo que puede significar la evaluación final.

### CARACTERÍSTICAS

- Se integran cuestionarios de autoevaluación al final de cada unidad, con el objeto de que el lector evalúe su aprendizaje. También se incorpora una práctica final en la que se calcula el Impuesto Sobre la Renta y el Impuesto Empresarial a Tasa Única, lo que también funciona como evaluación final del curso.
- El libro resulta de enorme valor para cualquier persona encargada de la contabilidad y determinación de los impuestos, así como de quienes se dedican a la asesoría independiente.

### CONTENIDO

1. Disposiciones generales.
2. De los ingresos por salarios y en general por la prestación de un servicio personal subordinado.
3. De los ingresos por actividades profesionales.
4. De los ingresos por arrendamiento y en general por otorgar el uso de inmuebles.
5. De los ingresos por enajenación de bienes.
6. De los ingresos por adquisición de bienes.
7. De los ingresos por intereses.
8. Ingresos por obtención de premios.
9. De los ingresos por dividendos y en general por las ganancias distribuidas por personas morales.
10. De los demás ingresos que obtengan las personas físicas.
11. De los requisitos de las deducciones.
12. De la declaración anual.



# IMPUESTO SOBRE LA RENTA

## IMPUESTO EMPRESARIAL A TASA ÚNICA E IMPUESTO A LOS DEPÓSITOS EN EFECTIVO

Este libro fue concebido para el estudiante de las carreras de las áreas de los negocios, en las materias de Impuesto Sobre la Renta, tanto para las personas morales del Título II como para las personas físicas que realizan actividades empresariales, reguladas en el Título IV, Capítulo II, Secciones I, II y III. También contiene la aplicación del Impuesto Empresarial a Tasa Única y el Impuesto a los Depósitos en Efectivo.

Producto de la larga experiencia de la autora en la impartición de cursos de licenciatura y posgrado en el área fiscal, y de la preocupación por la problemática que enfrentan los alumnos al cursar las materias fiscales, a menudo áridas y complejas, es que ella ha preparado este libro de ágil lectura y fácil comprensión, en el que desarrolla los temas con un lenguaje sencillo, e incluye ejemplos y tareas para que el aprendizaje del Impuesto Sobre la Renta resulte más provechoso.

### CARACTERÍSTICAS

- Se integran cuestionarios de autoevaluación al final de cada unidad, con el objeto de que el lector evalúe su aprendizaje. También se incorpora una práctica final en la que se calcula el Impuesto Sobre la Renta y el Impuesto Empresarial a Tasa Única, lo que también funciona como evaluación final del curso.
- El libro resulta de enorme valor para cualquier persona encargada de la contabilidad y determinación de los impuestos, así como de quienes se dedican a la asesoría independiente.

### CONTENIDO

1. Fundamento legal de las contribuciones.
2. Estructura de la Ley del ISR.
3. Disposiciones generales.
4. Ingresos acumulables.
5. Deducciones autorizadas.
6. Costo de los vendidos.
7. Deducción de inversiones.
8. Ajuste anual por inflación.
9. Pérdidas fiscales.
10. Cálculo anual del Impuesto Sobre la Renta y dividendos.
11. Pagos provisionales.
12. Participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas.
13. Cuentas de capital de aportación (CUCA), cuenta de utilidad fiscal neta (CUFIN).
14. Obligaciones de las personas morales.
15. Régimen simplificado de las personas morales.
16. Personas físicas con actividades empresariales.
17. Impuesto Empresarial a Tasa Única.
18. Impuesto a los Depósitos en Efectivo.
19. Práctica de la declaración anual de ISR para el ejercicio 2007.



**Ma. Antonieta  
Martín Granados/  
Susana Mireles et al.**

1a. edición, © 2008

Formato: 16 x 23 cm

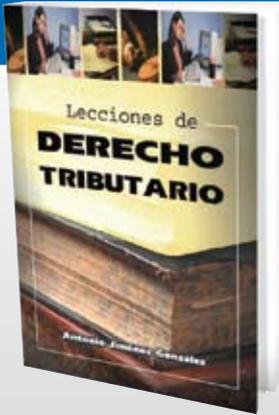
483 pp.

ISBN 970-686-817-8

ISBN13 978-970-686-817-6

**NUEVO**

## LECCIONES DE DERECHO TRIBUTARIO



**Antonio Jiménez González**

8a. edición, © 2004  
Formato: 19 x 24.5 cm  
420 pp.

**ISBN 970-686-298-6**  
**ISBN13 978-970-686-298-3**

Este libro es una herramienta útil en la comprensión del fenómeno tributario como realidad jurídica. Ha sido diseñado para abordar el tratamiento de los temas más generales que conforman el programa de estudio de derecho fiscal o tributario.

### CARACTERÍSTICAS

- En cada lección encontrará el tratamiento teórico de las figuras tributarias, seguido de una indispensable referencia al derecho mexicano y, en ocasiones, al extranjero.
- Culmina con la exposición de casos prácticos con valor ejemplificativo y finalmente con un cuestionario de autoevaluación.

### CONTENIDO

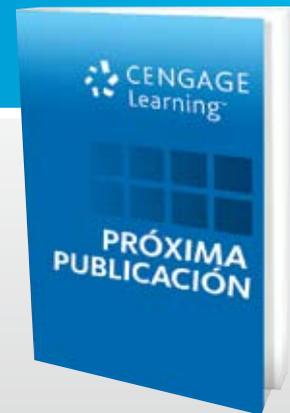
1. El Estado y su actividad financiera. 2. Los ingresos tributarios. 3. Las especies del tributo. 4. Derecho y actividad financiera. 5. Fuentes del Derecho tributario. 6. Constitución y tributo. 7. Los atributos y su explicación jurídica. 8. El nacimiento de la obligación tributaria. 9. Los sujetos de la relación jurídico-tributaria. 10. La extinción de la obligación tributaria. 11. La determinación y liquidación tributaria. 12. La declaración. 13. El procedimiento administrativo de ejecución. 14. La fiscalización. 15. La caducidad. 16. Notificaciones y plazos. 17. Instancias, peticiones y resoluciones tributarias. 18. Los medios de impugnación en materia tributaria.

## PRONTUARIO FISCAL CORRELACIONADO

CASOS PRÁCTICOS 2009

### CONTENIDO

Índice temático. Leyes, Reglamentos y Normas: 1. Ley del Impuesto sobre la Renta. 2. Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta. 3. Ley del Impuesto al Activo. 4. Reglamento de la Ley del Impuesto al Activo. 5. Ley del Impuesto al Valor Agregado. 6. Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado. 7. Código Fiscal de la Federación. 8. Reglamento del Código Fiscal de la Federación. 9. Ley de Ingresos de la Federación. 10. Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. 11. Reglamento de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. 12. Ley del Impuesto sobre Tenencia o Uso de Vehículos. 13. Ley del Impuesto sobre Automóviles Nuevos. 14. Nueva Resolución de Participación de Utilidades. 15. No pagan PTU las empresas con ingresos hasta \$300,000 anuales. Cuadros de Datos Fiscales. 16. Tarifas Selectas. 17. Índice Nacional de Precios al Consumidor. 18. Cantidades Fiscales Actualizadas (en \$). 19. Multas Actualizadas. 20. Recargos Mensuales. 21. Factores para Actualizar Deducciones por Enajenación de Inmuebles de Personas Físicas. 22. Formas e Instructivos Vigentes. 23. Bancos para Efectos Fiscales (Contribuciones, IMSS e Infonavit). 24. Acuerdos amplios de Información Tributaria. 25. Claves de Países para Constancias de Pagos a Residentes en el Extranjero. 26. Tipo de Cambio de Dólar. 27. Equivalencia de Monedas Extranjeras respecto al Dólar. 28. Valores de las Unidades de Inversión (UDI's). 29. Seguro Social. 30. Salarios Mínimos Generales y Profesionales. 31. Administraciones Regionales y Locales. 32. Impuesto sobre Nóminas. 33. Índice Temático. 34. Casos Prácticos.



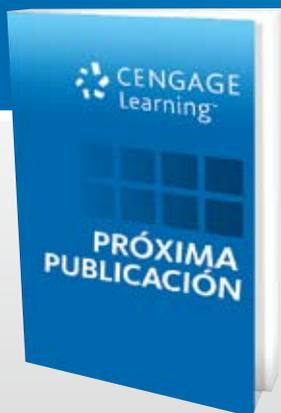
**Cengage Learning**

45a. edición, © 2009  
Formato: 12 x 21 cm  
1408 pp.

**ISBN Pendiente**  
**ISBN13 Pendiente**

## PRONTUARIO FISCAL CORRELACIONADO

ESTUDIANTIL 2009



**Cengage Learning**

11a. edición, © 2009  
Formato: 11 x 19.5 cm  
1248 pp.

**ISBN Pendiente**  
**ISBN13 Pendiente**

### CONTENIDO

Leyes, Reglamentos y Normas:

1. Ley del Impuesto sobre la Renta. 2. Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta. 3. Ley del Impuesto al Activo. 4. Reglamento de la Ley del Impuesto al Activo. 5. Ley del Impuesto al Valor Agregado. 6. Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado. 7. Código Fiscal de la Federación. 8. Reglamento del Código Fiscal de la Federación. 9. Ley de Ingresos de la Federación. 10. Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. 11. Reglamento de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. 12. Ley del Impuesto sobre Tenencia o Uso de Vehículos. 13. Ley del Impuesto sobre Automóviles Nuevos. 14. Decreto por el que se Exime Totalmente del Pago del Impuesto al Activo. 15. Nueva Resolución de Participación de Utilidades. 16. No pagan PTU las empresas con ingresos hasta \$300 000 anuales.

Cuadros de Datos Fiscales.

17. Tarifas Selectas. 18. Índice Nacional de Precios al Consumidor. 19. Cantidades Fiscales Actualizadas (en \$). 20. Multas Actualizadas. 21. Recargos Mensuales. 22. Formas e Instructivos Vigentes. 23. Salarios Mínimos Generales y Profesionales. 24. Sinopsis de la Ley del Seguro Social. 25. Índice Temático. 26. Casos prácticos.

## Economía

## PRECIOS DE TRANSFERENCIA

ESTRATEGIAS ECONÓMICA Y NORMATIVA

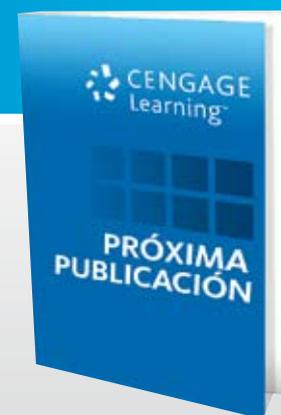
El presente libro tiene como objetivo el análisis y la exploración, desde un enfoque económico-jurídico, de la literatura particular y de los factores relacionados con las técnicas de gestión empresarial, el control interno, la forma de asociación y, fundamentalmente, del riesgo cambiario o económico que condicionan al precio de transferencia en el ámbito de las empresas multinacionales. Con ello se establecen las bases doctrinarias de cara a tipificar el caso particular del comercio intragrupo nacional y aplicar un modelo de imputación del riesgo en el precio de transferencia que permita revelar, más directamente, esta parte de la realidad empresarial.

### CARACTERÍSTICAS

- Es integral, pues se hace un estudio integral del tema, con énfasis en las nuevas tendencias.
- Es pragmático, ya que cuenta con casos prácticos suficientes que permiten una mejor comprensión.
- Es flexible, ya que el estudio tributario puede ser adaptado a otros países.
- Es novedoso, pues se dota de dos modelos que permitan calcular precios de transferencia y medir su impacto en los resultados económicos.
- Es claro, ya que se desarrollan casos prácticos para los métodos generales de precios de transferencia.
- Es reflexivo, pues la metodología empleada para el desarrollo de los temas motiva la reflexión y análisis del tema.

### CONTENIDO

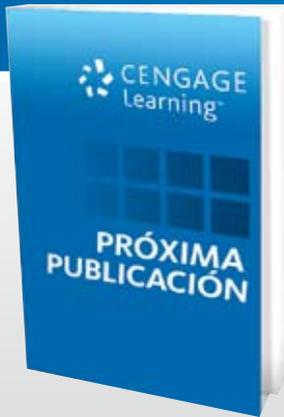
Introducción. 1. Consideraciones teóricas relevantes. 2. Teoría general que sustenta al comercio intragrupo internacional. 3. La gestión empresarial y los precios de transferencia internacionales. 4. El control interno desde la perspectiva del informe COSO y los PTI. 5. Los PTI bajo el enfoque de la administración financiera. 6. El riesgo económico como un elemento que distorsiona a los PTI. 7. Riesgo económico en las empresas joint venture. 8. Mecanismo de ajuste por riesgo económico al rendimiento proveniente del comercio intragrupo internacional.



**Rubén M. Mosqueda**  
**Almanza**

© 2009  
Formato: 16.5 x 23 cm  
**ISBN Pendiente**  
**ISBN13 Pendiente**

## PRINCIPIOS DE ECONOMÍA



**N. Gregory Mankiw**

5a. edición, © 2009  
Formato: 21 x 27 cm  
936 pp.

**ISBN Pendiente**  
**ISBN13 Pendiente**

*Principios de Economía* continúa siendo el libro más popular y ampliamente utilizado en cursos introductorios de economía en el mundo. La quinta edición ofrece una profunda revisión del contenido de sus 36 capítulos, al tiempo que mantiene el estilo de redacción claro, accesible y la presentación exacta, que son los sellos de este reconocido autor. Las numerosas aplicaciones nuevas acentúan la importancia del mundo real de la economía para el estudiante de hoy con artículos interesantes, casos reales, y problemas de aplicación.

### CARACTERÍSTICAS

- Contiene numerosos extractos de artículos periodísticos que animan al lector a aplicar la teoría económica básica para descubrir cómo la economía puede proporcionar una nueva perspectiva y permitir una mayor comprensión de los acontecimientos del mundo.
- Recuadros denominados “FYI” los cuales proporcionan el material adicional para ampliar los conceptos fundamentales y el análisis, ofreciendo un vistazo a la historia del pensamiento económico.
- La teoría económica es útil e interesante cuando está aplicada a los acontecimientos y a las políticas reales, por ello el libro contiene varios casos para ilustrar los usos en el mundo real y los efectos de los principios dominantes.
- Cada capítulo contiene una variedad de problemas y usos que motivan al lector a aplicar el conocimiento aprendido.

### CONTENIDO

Primera parte. Introducción. 1. Los diez principios de la economía. 2. Pensar como economista. 3. Independencia y ganancias derivadas del comercio exterior. Segunda parte. Cómo funcionan los mercados. 4. Las fuerzas de mercado de la oferta y la demanda. 5. La elasticidad y su aplicación. 6. La oferta, la demanda y la política económica. Tercera parte. Los mercados y el bienestar. 7. Los consumidores, los productores y la eficiencia de los mercados. 8. Aplicación: los costes de la tributación. 9. Aplicación: el comercio internacional. Cuarta parte. La economía del sector público. 10. Las externalidades. 11. Los bienes públicos y los recursos económicos. 12. La elaboración del sistema tributario. Quinta parte. La conducta de la empresa y la organización de la industria. 13. Los costes de producción. 14. Las empresas de los mercados competitivos. 15. El monopolio. 16. El oligopolio. 17. La competencia monopolística. Sexta parte. El análisis económico de los mercados de trabajo. 18. Los mercados de factores de producción. 19. Los ingresos y la discriminación. 20. La desigualdad de la renta y la pobreza. 21. La teoría de la elección del consumidor. 22. Las fronteras de la microeconomía. Octava parte. Los datos macroeconómicos. 23. La medición de la renta de un país. 24. La medición del coste de la vida. Novena parte. La economía real a largo plazo. 25. La producción y el crecimiento. 26. El ahorro, la inversión y el sistema financiero. 27. Los instrumentos básicos del análisis financiero. 28. El desempleo. Décima parte. El dinero y los precios a largo plazo. 29. El sistema monetario. 30. El crecimiento del dinero y la inflación. Undécima parte. Análisis macroeconómico de las economías abiertas. 31. Análisis macroeconómico de las economías abiertas: conceptos básicos. 32. Una teoría macroeconómica de la economía abierta. Duodécima parte. Las fluctuaciones económicas a corto plazo. 33. La demanda y la oferta agregadas. 34. La influencia de la política monetaria y la política fiscal en la demanda agregada. 35. La disyuntiva a corto plazo entre la inflación y el desempleo. Decimotercera parte. Reflexiones finales. 36. Cinco debates sobre la política macroeconómica.

# ECONOMÍA

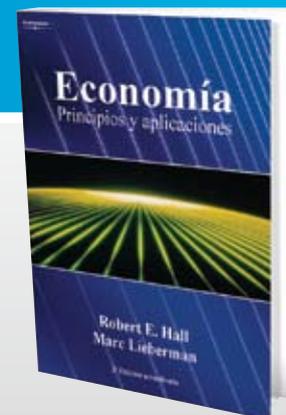
## PRINCIPIOS Y APLICACIONES

Está claramente enfocado al estudio de los principios de economía, tanto desde su óptica teórica como de sus implicaciones prácticas, presentando la economía como un tema coherente y unificado, analizando los diferentes mercados y agentes económicos de manera interrelacionada. El objetivo es que el lector pueda pensar de “forma económica” sin perderse en detalles superfluos y distorsionadores.

Se trata de un libro conciso, cuidadosamente planteado tanto en los contenidos como en el estilo pedagógico que permite enfocar el aprendizaje y suministrarle las ideas centrales usadas con más frecuencia en los análisis económicos. Los autores emplean una metodología simple mediante la cual emulan cómo contemplan los economistas los problemas económicos y enseñan al lector cómo usar el mismo procedimiento analítico en el desarrollo de sus propios instrumentos de análisis económico.

### CONTENIDO

Preliminares: ¿Qué es la economía? Escasez, elección y sistemas económicos. Oferta y demanda. Aplicación de la oferta y demanda. Agentes microeconómicos: Elección del consumidor. Producción y costes. Cómo toman las empresas sus decisiones: maximización de beneficios. Mercados de productos: competencia perfecta-monopolio. Competencia monopolística y oligopolio Trabajo, Capital y Mercados Financieros: El mercado de trabajo. Desigualdad de la renta. Mercados financieros y de capitales; Eficiencia, Gobierno y Economía global: Eficiencia económica y el ideal competitivo. El papel del gobierno en la eficiencia económica. Ventaja comparativa y las ganancias del comercio. Macroeconomía: conceptos básicos: qué intenta explicar la macroeconomía. Producción, renta y empleo. El sistema monetario, precios e inflación. Macroeconomía a largo plazo: El modelo clásico a largo plazo. Crecimiento económico y niveles de vida crecientes. Macroeconomía a corto plazo: fluctuaciones económicas. El modelo macro a corto plazo. Dinero, precios y la macroeconomía: El sistema bancario. El mercado monetario y el tipo de interés. La demanda agregada y la oferta agregada. Política macroeconómica: el papel del gobierno en la eficiencia económica. Política fiscal: impuestos, gasto público y el presupuesto federal. Tipos de cambio y política macroeconómica.



**R. E. Hall/M. Lieberman**

2a. edición, © 2003  
Formato: 21 x 27 cm  
976 pp.

**ISBN 84-9732-191-X**  
**ISBN13 978-84-9732-191-4**



## HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO



**Stanley L. Brue/  
Randy R. Grant**

7a. edición, © 2009  
Formato: 19 x 24.5 cm  
543 pp.

ISBN 970-686-819-4  
ISBN13 978-970-686-819-0

**NUEVO**

El estudio de la historia del pensamiento económico sigue creciendo a medida que la economía madura. Las nuevas ideas, evidencia, problemas y valores requieren todo una reconsideración de las disputas básicas y de las principales contribuciones del pasado.

El propósito primordial de este libro es narrar la historia de la economía de forma clara, erudita, equilibrada e interesante. Después de todo, es una historia de gran importancia, que agudiza la comprensión de la economía contemporánea y proporciona una perspectiva única que no se encuentra en otras áreas de la disciplina.

### CARACTERÍSTICAS

- Se incorporan nuevos capítulos sobre el pensamiento económico antes del año 1500.
- Asimismo se incluyen nuevos economistas con sus biografías y contribuciones.
- Vínculos a sitios Web importantes en relación con la historia del pensamiento económico.
- Estructura didáctica con numerosas actividades.

### CONTENIDO

1. Introducción.
2. La Escuela Mercantilista.
3. La Escuela Fisiocrática.
4. La Escuela Clásica.
5. La Escuela Clásica. Adam Smith.
6. La Escuela Clásica. Thomas Robert Malthus.
7. La Escuela Clásica. David Ricardo.
8. La Escuela Clásica. Bentham Say, Senior-Mill.
9. Surgimiento del pensamiento socialista.
10. El socialismo marxista.
11. La Escuela Histórica Germana.
12. La Escuela Marginalista.
13. La Escuela Marginalista. Jevons, Menger, Von Wieser y Von Böhm-Bawerk.
14. La Escuela Marginalista. Edgeworth y Clark.
15. La Escuela Neoclásica. Alfred Marshall.
16. La Escuela Neoclásica. Economía Monetaria.
17. La Escuela Neoclásica. La competencia perfecta.
18. Economía matemática.
19. La Escuela Institucionalista.
20. Economía del bienestar.
21. La Escuela Keynesiana. John Maynard Keynes.
22. La Escuela Keynesiana. Desarrollos desde Keynes.
23. Teorías del crecimiento y del desarrollo económico.
24. La Escuela de Chicago.
25. Pensamiento concluyente.

## ECONOMÍA PARA LA TOMA DE DECISIONES



**Héctor Viscencio Brambila/  
ITESM-Monterrey**

1a. edición, © 2002  
Formato: 19 x 25 cm  
386 pp.

**ISBN 970-686-213-7**  
**ISBN13 978-970-686-213-6**

Este texto hace accesibles los conceptos económicos y su aplicación a la problemática de los negocios. Parte de la forma general en que la ciencia económica respalda los procesos de decisión en las empresas, para después analizar las decisiones operativas de precios que se ven influidas por el comportamiento de los consumidores. Finalmente se estudia la producción, los costos, las estructuras de mercado y algunos modelos adicionales de decisiones de precios.

### CARACTERÍSTICAS

- Contiene soluciones de problemas y desarrollo de habilidades.
- Se incluyen problemas planteados por el fenómeno económico en el contexto empresarial.
- El desarrollo de los temas está sustentado por gráficas y tablas.

### CONTENIDO

1. La economía y las decisiones de negocios. 2. Oferta y demanda. 3. Preferencias de consumo, demanda individual y de mercado. 4. Demanda, elasticidad y decisiones de precios. 5. Estimación y pronóstico de la demanda. 6. Decisiones de producción. 7. Decisiones de costos. 8. Competencia en industrias fragmentadas. 9. Competencia en industrias concentradas. 10. Modelos de decisiones de precios.

## FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA

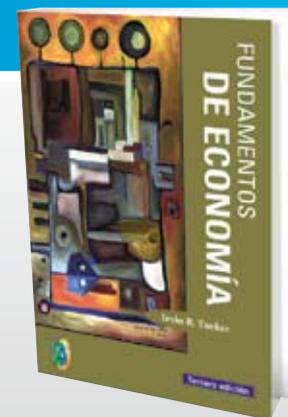
El propósito de la tercera edición es enseñar en un estilo atractivo las operaciones básicas de la economía. En lugar de adoptar un enfoque enciclopédico de los conceptos económicos, el libro se enfoca en la herramienta más importante de la economía —el análisis de la oferta y la demanda— y la utiliza para explicar con claridad los asuntos económicos del mundo real. El libro presenta los principios centrales de la microeconomía, la macroeconomía y la economía internacional.

### CARACTERÍSTICAS

- Cada capítulo inicia con vistazo diseñado para estimular el interés del lector y reforzar la forma en que el capítulo se ajusta al esquema general del libro.
- Contiene direcciones electrónicas que aparecen en los márgenes y dirigen al lector a sitios que son pertinentes para los tópicos que se examinan.
- A lo largo de los capítulos se subrayan conclusiones de conceptos clave al final de las secciones que integran el material que se acaba de presentar. El lector podrá ver rápidamente si han entendido los puntos principales de la sección.

### CONTENIDO

1. Introducción al método del pensamiento económico. 2. Posibilidades de producción, costo de oportunidad y crecimiento económico. 3. La oferta y demanda del mercado. 4. Los mercados en acción. 5. La elasticidad de la demanda al precio. 6. Los costos de producción. 7. La competencia perfecta. 8. El monopolio. 9. La competencia monopolística y el oligopolio. 10. Los mercados de trabajo y la distribución del ingreso. 11. El producto interno bruto. 12. La inflación. 13. La demanda y oferta agregadas. 14. La política fiscal. 15. El sector público. 16. Los déficit y superávit federales, y la deuda nacional. 17. El dinero y el Sistema de la Reserva Federal. 18. La creación de dinero. 19. La política monetaria. 20. El comercio y las finanzas internacionales. 21. Las economías en transición. 22. El crecimiento y los países menos desarrollados.



**Irvin B. Tucker**

3a. edición, © 2001  
Formato: 21 x 27 cm  
504 pp.

**ISBN 970-686-107-6**  
**ISBN13 978-970-686-107-8**

# MÉTODOS DINÁMICOS EN ECONOMÍA

OTRA BÚSQUEDA DEL TIEMPO PERDIDO



**Irma Beatriz Rumbos  
Pellicer/  
Héctor Lomelí Ortega**

© 2003

Formato: 21 x 27 cm

544 pp.

ISBN 970-686-247-1

ISBN13 978-970-686-247-1

La labor del economista es, y debe seguir siendo, el estudio y la creación del conocimiento económico; sin embargo, dado que el lenguaje utilizado para la descripción de este conocimiento es el de las matemáticas, se hace imprescindible que se domine a fondo para evitar su uso incorrecto. Por esta razón, los cursos actuales de matemáticas dirigidos a los economistas han evolucionado hacia un mayor nivel de formalidad. A la vez, dentro del ámbito de las matemáticas aplicadas, la enseñanza de la economía se ha vuelto sumamente importante en ciertas áreas, debido a que una gran cantidad de los problemas a resolver tiene su origen en algún fenómeno económico. Entre los casos más evidentes podemos mencionar la teoría de juegos y las matemáticas financieras.

## CARACTERÍSTICAS

- Los autores plasman en esta obra sus años de valiosa experiencia docente en la enseñanza de las matemáticas en licenciatura y posgrado. Su propósito principal es satisfacer la necesidad actual de un texto formal sobre métodos dinámicos y optimización, dirigido al lector interesado en las aplicaciones económicas. Con este fin, el libro se apoya fundamentalmente en modelos tomados de la economía, en contraste con los textos usuales de métodos dinámicos cuyas aplicaciones provienen, en su mayoría, de las ciencias básicas.
- Se incluye un gran número de ejemplos y ejercicios.

## CONTENIDO

- I. Introducción. En defensa de los modelos matemáticos.
- II. Ecuaciones diferenciales y dinámica continua. Ecuaciones no lineales de primer orden. Sistemas de ecuaciones diferenciales lineales. Análisis cuantitativo.
- III. Ecuaciones en diferencias y dinámica discreta. Conceptos básicos de dinámica discreta. Sistemas de ecuaciones en diferencias lineales. Ecuaciones en diferencias estocásticas.
- IV. Intermezzo. Optimización estática. La mano invisible.
- V. Optimización dinámica. Introducción al cálculo en variaciones. Teoría de control. Problemas de control con restricciones. Elementos de programación dinámica.
- VI. Apéndices. Bibliografía. Índice analítico. Manual de soluciones en la red.

# INTRODUCCIÓN A LA ECONOMETRÍA

## UN ENFOQUE MODERNO

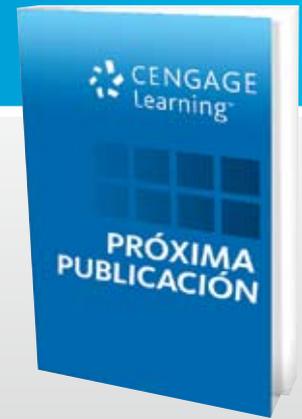
Este libro, líder en el mercado, tiene por objetivo proporcionar una forma diferente de analizar la econometría y su aplicación a problemas reales. Cada método econométrico está motivado por una cuestión particular que enfrentan los investigadores que analizan datos no experimentales. El punto central en la obra es entender e interpretar las hipótesis a la luz de aplicaciones empíricas reales; las matemáticas que se requieren son sólo álgebra preuniversitaria y elementos básicos de probabilidad y estadística.

### CARACTERÍSTICAS

- La característica fundamental de este libro es la separación de temas por el tipo de datos que se está analizando.
- Incluye problemas y ejercicios por computadora en cada capítulo, los cuales están orientados hacia el trabajo empírico, más que hacia derivaciones complicadas.
- Otra característica única es la organización del libro y sus aplicaciones al mundo real.

### CONTENIDO

1. Naturaleza de la econometría y los datos económicos.
2. El modelo de regresión simple.
3. Análisis de regresión múltiple: estimación.
4. Análisis de regresión múltiple: inferencia.
5. Análisis de regresión múltiple: MCO asintóticos.
6. Análisis de regresión múltiple: temas adicionales.
7. Análisis de regresión múltiple con información cualitativa.
8. La heteroscedasticidad.
9. Más sobre los problemas de especificación y datos.
10. Análisis de regresión básico con datos de series de tiempo.
11. Temas adicionales sobre el uso de MCO con datos de series de tiempo.
12. Correlación serial y heteroscedasticidad en regresiones de series de tiempo.
13. Agrupamiento transversal en el tiempo: métodos simples de datos de panel.
14. Métodos avanzados de datos de panel.
15. Estimación de variables instrumentales y mínimos cuadrados de dos etapas.
16. Modelos de ecuaciones simultáneas.
17. Modelos limitados de variables dependientes y correcciones a la selección de la muestra.
18. Tópicos avanzados de series de tiempo.
19. Realización de un proyecto empírico.



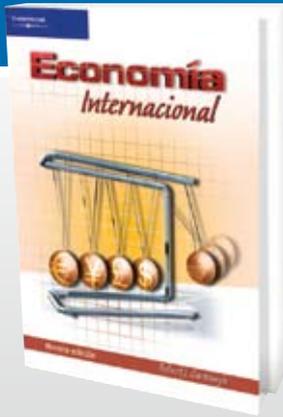
**Jeffrey M. Wooldridge**

4a. edición, © 2009  
Formato: 19 x 24.5 cm  
865 pp.

**ISBN Pendiente**  
**ISBN13 Pendiente**



## ECONOMÍA INTERNACIONAL



**Robert J. Carbaugh**

9a. edición, © 2004  
Formato: 19 x 24.5 cm  
576 pp.

ISBN 970-686-352-4  
ISBN13 978-970-686-352-2

Lo que ha hecho tan exitoso este título en su novena edición es su exposición clara y concisa del comercio internacional y la teoría de las finanzas internacionales, apoyado en un cúmulo de temas y casos actualizados que demuestran la relevancia de la teoría en los problemas económicos actuales. El discurso teórico se presenta tanto en forma verbal como gráfica, lo que hace muy accesible esta edición para quien no tiene conocimientos previos de economía. Su versatilidad lo hace accesible para varios cursos relacionados con la economía internacional.

### CARACTERÍSTICAS

- El tema de relaciones del comercio internacional se presenta antes de las relaciones monetarias internacionales, pero se puede invertir el orden si se desea iniciar con la teoría monetaria.
- Organizado en torno a los cinco temas más actuales: globalización de la actividad económica, libre comercio y temas de calidad de vida, conflictos comerciales entre las naciones desarrolladas y las industrializadas, liberalización del comercio: la Organización Mundial del Comercio contra los tratados comerciales regionales, el dólar como moneda clave.

### CONTENIDO

1. La economía internacional.
- Parte 1. Las relaciones en el comercio internacional.
2. Fundamentos de la teoría moderna del comercio.
  3. Equilibrio internacional.
  4. Extensiones del modelo del comercio y sus aplicaciones.
  5. Aranceles.
  6. Barreras no arancelarias para el comercio.
  7. Reglamentación del comercio y políticas industriales.
  8. Políticas comerciales de las naciones en vías de desarrollo.
  9. Tratados comerciales regionales.
  10. Movimientos de los factores de producción internacionales y empresas multinacionales.
- Parte 2. Relaciones monetarias internacionales.
11. Balanza de pagos.
  12. Divisas.
  13. Determinación de los tipos de cambio.
  14. Ajustes a la balanza de pagos, con tipos de cambio fijos.
  15. Ajustes al tipo de cambio y a la balanza de pagos.
  16. Sistemas cambiarios.
  17. Política macroeconómica en una economía abierta.
  18. Banca internacional: reservas, deuda y riesgo.

# MACROECONOMÍA

## PRINCIPIOS Y APLICACIONES

El enfoque básico del texto es enseñar los principios de la macroeconomía y proporcionar ejemplos elocuentes de su uso. Los autores se concentran en lo básico y lo cubren más exhaustivamente que otros textos. Al escribir esta obra, aprovecharon no sólo su vasta experiencia docente, sino la de numerosos profesores que la han utilizado en sus ediciones anteriores. Es por ello que el libro logra ser una auténtica herramienta en la enseñanza de los principios, presentando la economía como un tema coherente y unificado y teniendo siempre presente la unidad de “la forma económica de pensar”.

### CARACTERÍSTICAS

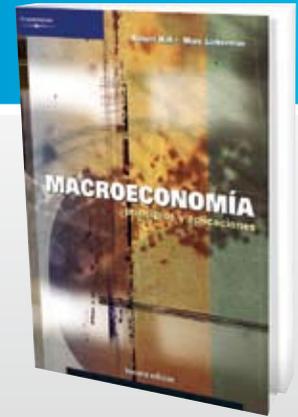
- Explicaciones exhaustivas y pacientes de los temas.
- Especial atención en los puntos que tradicionalmente son difíciles de entender. Los recuadros “Curvas peligrosas” ayudan a razonar y usar la teoría económica y prevén los escollos más comunes.
- Abundantes ejemplos concretos y numerosas referencias a corporaciones y políticas del mundo real.
- Presentación y aplicación del “proceso de tres pasos” que los economistas usan para analizar problemas: caracterizar el mercado, hallar el equilibrio y determinar qué sucede cuando las cosas cambian.
- Aplicación de la teoría. Este libro está repleto de aplicaciones que se entretajan en el discurso. Además, prácticamente todos los capítulos terminan con una aplicación extensa: “Aplicación de la teoría”, que conjunta varias herramientas que se estudiaron en el capítulo, además del capítulo culminante: “Aplicación de toda la teoría”.
- Figuras sencillas que aclaran las explicaciones, en su mayoría incluyen leyendas que explican los movimientos de las curvas, para que el lector pueda entender los diagramas con más facilidad.

### CONTENIDO

1. ¿Qué es economía?
2. Escasez, opción y sistemas económicos.
3. Oferta y demanda.
4. Qué intenta explicar la macroeconomía.
5. Producción, ingreso y empleo.
6. El sistema monetario, los precios y la inflación.
7. El modelo clásico de largo plazo.
8. Crecimiento económico y mejoramiento de los estándares de vida.
9. Fluctuaciones económicas.
10. El modelo macroeconómico de corto plazo.
11. El sistema bancario y la oferta de dinero.
12. El mercado de dinero y la tasa de interés.
13. Demanda y oferta agregadas.
14. Inflación y política monetaria.
15. Política fiscal: impuestos, gasto y el presupuesto federal.
16. Tipo de cambio y política macroeconómica.

Glosario.

Índice analítico.



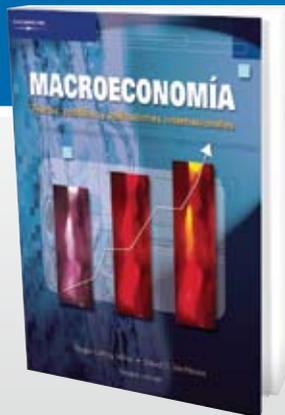
**Robert E. Hall/  
Marc Lieberman**

3a. edición, © 2005  
Formato: 20 x 26 cm  
568 pp.

**ISBN 970-686-422-9**  
**ISBN13 978-970-686-422-2**

## MACROECONOMÍA

TEORÍAS, POLÍTICAS Y APLICACIONES INTERNACIONALES



**Roger LeRoy Miller/  
David D. VanHoose**

3a. edición, © 2005  
Formato: 19 x 24,5 cm  
514 pp.

ISBN 970-686-428-8  
ISBN13 978-970-686-428-4

El libro tiene por objetivo cubrir todos los elementos esenciales de la macroeconomía intermedia, con un texto compacto y accesible. Único en su campo, integra plenamente la economía global. El lector es llevado a los hechos macroeconómicos del mundo desde el inicio, proporcionando una explicación directa de cómo medir las transacciones internacionales, las dimensiones internacionales de la teoría clásica, inclusive la determinación del tipo de cambio y la paridad del poder adquisitivo. Al llegar al capítulo 6 se presenta la total integración de la balanza comercial en un modelo macroeconómico. Cada uno de los capítulos siguientes prosigue con esta integración, sea cual fuere el modelo estudiado.

### CARACTERÍSTICAS

- Contiene recuadros que ilustran a fondo cómo se aplican los conceptos abordados en el capítulo a políticas, la economía global y la administración macroeconómica. Además cada uno de ellos incluye temas sugeridos para investigar y recursos en Internet que el lector puede usar para explorarlos.
- Como secciones fijas el libro presenta al final preguntas para un autoexamen y problemas cuyas respuestas se encuentran en la página del libro. Aplicación en línea y URL de Internet, para que el lector investigue los conceptos sugeridos y los resuelva de manera individual, así como ejercicios en grupo para que los resuelva en clase.

### CONTENIDO

1. La Macroeconomía. 2. Medir las variables económicas para saber cómo vamos. 3. Una economía que se ajusta sola – Teoría macroeconómica clásica: Empleo, producto y precios. 4. Teoría Macroeconómica clásica: Tasas de interés y tipos de cambio. 5. ¿El futuro que nos espera tras el horizonte es una utopía o un choque? – La teoría del crecimiento económico. 6. Ciclos de la actividad económica y macroeconomía al corto plazo: fundamentos del sistema keynesiano. 7. Política fiscal: ¿Para qué sirven las políticas tributarias y del gasto público? 8. ¿Los Bancos Centrales son importantes?: el dinero en el sistema keynesiano tradicional. 9. La economía abierta: tipos de cambio y la balanza de pagos. 10. ¿Existe un canje entre el desempleo y la inflación?: La posición keynesiana y la monetarista ante la determinación de los precios y el producto. 11. Persecución del interés propio: Expectativas racionales, macroeconomía neoclásica y mercados eficientes. 12. Viscosidad racional de los salarios: Teoría keynesiana moderna con expectativas racionales. 13. Las fallas del mercado y los mercados perfectos: Teóricos neokeynesianos y teóricos del ciclo real de la actividad económica. 14. ¿Qué deben hacer los creadores de políticas? Objetivos y metas de la política macroeconómica. 15. ¿Qué pueden conseguir los creadores de políticas? Las reglas o la discrecionalidad en la política macroeconómica. 16. Creación de políticas en la economía mundial – Dimensiones internacionales de la política macroeconómica.



## MICROECONOMÍA

Este texto presenta una visión general de la economía integrada con la microeconomía, analiza los principales problemas económicos, el comportamiento de sus diferentes agentes y el funcionamiento de los mercados, de manera sencilla, y con gran calidad técnica y pedagógica. De hecho el autor plasma su experiencia académica de más de 30 años en el estudio del ámbito económico, por lo cual, esta obra es altamente didáctica. El libro está dirigido a estudiantes de la licenciatura de economía y áreas afines, sin embargo, también puede emplearse en otras áreas que requieran introducirse a los conceptos básicos de la economía.

### CARACTERÍSTICAS

- Incorpora ejemplos expuestos en forma sencilla para que el lector logre su total comprensión.
- Todas las gráficas están respaldadas por funciones matemáticas.
- Contiene entrevistas a economistas mexicanos del más alto nivel de los sectores gubernamental, privado y académico.
- La forma en que se desarrollan los ejemplos y problemas genera y promueve la intuición hacia el punto de vista económico.

### CONTENIDO

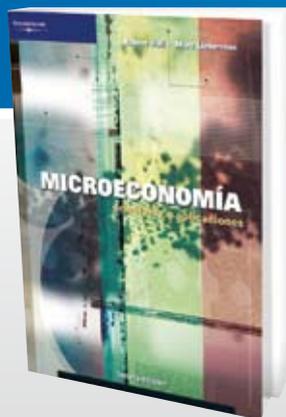
1. ¿Qué es la ciencia económica?
2. Metodología de la ciencia y del problema económico.
3. Demanda y oferta.
4. Equilibrio del mercado.
5. Elasticidad.
6. Afectaciones del mercado: precios tope, mínimos e impuestos.
7. Utilidad.
8. Conducta del consumidor.
9. Costos de producción.
10. Función de producción.
11. Comportamiento de las funciones de costos totales, medios y marginales.
12. Costos de producción de largo plazo.
13. Competencia perfecta.
14. La oferta en la competencia perfecta.
15. Monopolio.
16. Competencia perfecta y monopolio.



**Antonio Bassols Zaleta**

1a. edición, © 2005  
Formato: 20 x 26 cm  
290 pp.

**ISBN 970-686-066-5**  
**ISBN13 978-970-686-066-8**



**Robert E. Hall/  
Marc Lieberman**

3a. edición, © 2005

Formato: 20 x 26 cm

568 pp.

ISBN 970-686-424-5

ISBN13 978-970-686-424-6

El enfoque básico del libro es enseñar los principios fundamentales de microeconomía y proporcionar ejemplos elocuentes de su uso. Los autores se concentran en lo básico y lo cubren más exhaustivamente que otros textos. Al escribir esta obra aprovecharon no sólo su vasta experiencia docente, sino la de numerosos profesores que la han utilizado en sus ediciones anteriores. Es por ello que el libro logra ser una auténtica herramienta en la enseñanza de los principios, presentando la economía como un tema coherente y unificado y teniendo siempre presente la unidad de “la forma económica de pensar”.

### CARACTERÍSTICAS

- Explicaciones exhaustivas y pacientes de los temas.
- Especial atención en los puntos que tradicionalmente son difíciles de entender. Los recuadros “Curvas peligrosas” ayudan a razonar y usar la teoría económica y prevén los escollos más comunes.
- Abundantes ejemplos concretos y numerosas referencias a corporaciones y políticas del mundo real.
- Presentación y aplicación del “proceso de tres pasos” que los economistas usan para analizar problemas: caracterizar el mercado, hallar el equilibrio y determinar qué sucede cuando las cosas cambian.
- Aplicación de la teoría. Este libro está repleto de aplicaciones que se entretajan en el discurso. Además, prácticamente todos los capítulos terminan con una aplicación extensa: “Aplicación de la teoría”, que conjunta varias herramientas que se estudiaron en el capítulo, además del capítulo culminante: “Aplicación de toda la teoría”.
- Figuras sencillas que aclaran las explicaciones, en su mayoría incluyen leyendas que explican los movimientos de las curvas, para que el lector puedan entender los diagramas más fácilmente.

### CONTENIDO

1. ¿Qué es economía?
2. Escasez, opción y sistemas económicos.
3. Oferta y demanda.
4. Trabajo con oferta y demanda.
5. Opción del consumidor.
6. Producción y costo.
7. Cómo toman sus decisiones las empresas: maximización de utilidades.
8. Competencia perfecta.
9. Monopolio.
10. Competencia monopolista y oligopolio.
11. El mercado de la mano de obra.
12. Desigualdad económica.
13. Mercados financieros y de capital.
14. Eficiencia económica y papel del gobierno.
15. Ventaja comparativa y los beneficios del comercio internacional.

Glosario.

Índice analítico.

# TEORÍA MICROECONÓMICA

## PRINCIPIOS BÁSICOS Y AMPLIACIONES

El libro ofrece al lector un resumen amplio y accesible de la microeconomía moderna, el cual incluye explicaciones claras e intuitivas de los principales resultados teóricos y resalta la estructura matemática común a muchos problemas microeconómicos. Ofrece también un vínculo con la literatura más avanzada y aplicaciones empíricas mediante una serie de “ampliaciones” que reúnen muchos de los resultados que se suelen dar por válidos en dicha literatura.

### CARACTERÍSTICAS

- Esta edición contiene una revisión a fondo de la teoría de la demanda, prestando especial atención a las funciones del gasto y a las relaciones de la envolvente que se pueden derivar de ellas.
- Una cobertura más amplia de las funciones de costos, que se centra en cómo la posibilidad de sustituir factores se refleja en dichas funciones.
- Una cobertura más amplia del concepto de función de ganancias, con un análisis detallado de cómo esta función genera funciones de demanda de los factores.
- Una serie de ejemplos matemáticos nuevos enfocados a formas funcionales ampliamente usadas.

### CONTENIDO

#### Parte 1. Introducción.

1. Modelos económicos.
2. Las matemáticas de la optimización.

#### Parte 2. Elección y demanda.

3. Preferencias y utilidad.
4. Maximización de la utilidad y elección.
5. Efectos ingreso y sustitución.
6. Relaciones de demanda entre bienes.

#### Parte 3. Producción y oferta.

7. Funciones de producción.
8. Funciones de costos.
9. Maximización de las ganancias.

#### Parte 4. Competencia en los mercados.

10. Modelo de equilibrio parcial competitivo.
11. Análisis competitivo aplicado.
12. Equilibrio general y bienestar.

#### Parte 5. Modelos de competencia imperfecta.

13. Modelos de monopolio.
14. Modelos tradicionales de competencia imperfecta.
15. Modelos de precios en la teoría de juegos.

#### Parte 6. Los precios en los mercados de factores.

16. Mercados de trabajo.
17. Mercados de capital.

#### Parte 7. Incertidumbre, información y externalidades.

18. Incertidumbre y aversión al riesgo.
19. Economía de la información.
20. Externalidades y bienes públicos.
21. Economía política.

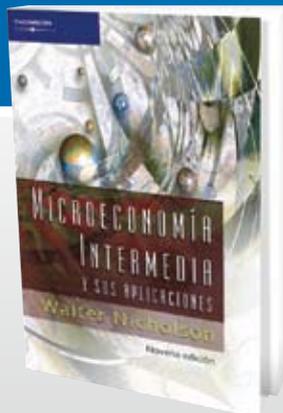


**Walter Nicholson**

9a. edición, © 2007  
Formato: 20 x 26 cm  
750 pp.

ISBN 970-686-548-9  
ISBN13 978-970-686-548-9

## MICROECONOMÍA INTERMEDIA Y SUS APLICACIONES



**Walter Nicholson**

9a. edición, © 2005

Formato: 19 x 24.5 cm

616 pp.

ISBN 970-686-420-2

ISBN13 978-970-686-420-8

El libro tiene por objetivo proporcionar al lector una introducción clara y concisa a las aplicaciones que ofrecen los economistas sobre las operaciones de los mercados. Además presenta aplicaciones en temas de actualidad como los fraudes contables, las opciones para la adquisición de acciones y los cambios en las estrategias operativas en líneas aéreas.

### CARACTERÍSTICAS

- Incorpora una serie de ejercicios en Internet, cuyo objetivo es iniciar al lector en el manejo de los recursos de la red para que analice las cuestiones económicas importantes con toda oportunidad.
- Cuenta además con secciones que fueron diseñadas para facilitar el aprendizaje, entre las que se encuentran diversos problemas que pretenden reforzar puntos analíticos importantes y cuyas soluciones se presentan como ayuda para el aprendizaje independiente.
- Contiene preguntas ligadas a la aplicación que llevan al lector a colocar el material presentado dentro de una perspectiva más amplia.

### CONTENIDO

1. Modelos económicos. Apéndice: Las matemáticas aplicadas a la microeconomía.
2. Utilidad y elección.
3. Curvas de demanda de un individuo.
4. Demanda y elasticidad de mercado.
5. La producción.
6. Los costos.
7. Maximización de beneficios económicos y oferta.
8. Competencia perfecta.
9. Aplicando el modelo competitivo. Apéndice: Equilibrio general.
10. Monopolio.
11. Competencia imperfecta.
12. Estrategia y teoría de juegos.
13. Mercados de trabajo. Apéndice: La oferta de trabajo.
14. Mercados de capital. Apéndice: El interés compuesto.
15. Incertidumbre e información.
16. Externalidades y bienes públicos.

# ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

## TEORÍAS Y PRÁCTICAS CONTEMPORÁNEAS

El libro tiene por objetivo proporcionar al lector los elementos esenciales de la organización industrial moderna para facilitar el entendimiento de la ciencia económica en general, y en particular, en el manejo de modelos. En él se presentan claramente las perspectivas de estrategias corporativas, resultados de mercado y política pública que la organización industrial revela. Por la forma en que está estructurado, el catedrático podrá elegir exactamente los temas que desee cubrir, dada la independencia entre ellos.

### CARACTERÍSTICAS

- En cada capítulo el análisis formal se combina con aplicaciones prácticas para facilitar y ejemplificar la aplicación teórica.
- Contiene problemas prácticos para que el lector ejercite y compruebe el entendimiento de cada tema.

### CONTENIDO

1. La organización industrial: ¿Qué, cómo y por qué?
2. Algunas herramientas básicas de microeconomía.
3. La estructura de mercado y el poder de mercado.
4. Tecnología y costos.
5. La discriminación de precios y los monopolios: precios lineales.
6. La discriminación de precios y los monopolios: precios no lineales.
7. La variedad y calidad de productos en el monopolio.
8. El agrupamiento de mercancías y las ventas atadas.
9. Juegos estáticos y la competencia de Cournot.
10. La competencia de precios.
11. Juegos dinámicos y los que se mueven en primero y segundo lugares.
12. Precios límites y obstrucciones al ingreso.
13. Conducta predatoria: hechos recientes.
14. La fijación de precios y los juegos repetidos.
15. La colusión en la práctica.
16. Las fusiones horizontales.
17. Las fusiones verticales y de conglomerados.
18. Restricciones verticales al precio.
19. Restricciones verticales no de precio.
20. La publicidad, el poder de mercado y la información.
21. La publicidad, la competencia y las marcas.
22. La investigación y el desarrollo.
23. Las patentes y la política de patentes.
24. Asuntos de redes.
25. Las subastas y los mercados de subastas.



**Lynne Pepall/  
Daniel J. Richards et al.**

3a. edición, © 2006

Formato: 20 x 26 cm

672 pp.

**ISBN 970-686-421-0**

**ISBN13 978-970-686-421-5**



## ESTADÍSTICA MATEMÁTICA CON APLICACIONES



**Dennis D. Wackerly/  
William  
Mendenhall III et al.**

6a. edición, © 2002  
Formato: 19 x 24.5 cm  
854 pp.

**ISBN 970-686-194-7**  
**ISBN13 978-970-686-194-8**

Esta edición revisada presenta la teoría estadística en el contexto de la solución de problemas y aplicaciones reales. Analiza la naturaleza de la estadística y su importancia en la investigación científica. Sólo se requiere haber cursado la materia de cálculo.

### CARACTERÍSTICAS

- Antes de presentar la teoría de la probabilidad, define con claridad el objetivo de la estadística (inferencia estadística) y su función en la investigación científica.
- Se analiza de qué manera los temas principales funcionan en la inferencia estadística y cómo se relacionan entre sí.
- Subraya el aspecto práctico de los ejercicios y los temas de la metodología estadística.

### CONTENIDO

1. ¿Qué es la estadística?
2. Probabilidad.
3. Variables aleatorias discretas y sus distribuciones de probabilidad.
4. Variables aleatorias continuas y sus distribuciones de probabilidad.
5. Distribuciones de probabilidad multivariadas.
6. Funciones de variables aleatorias.
7. Distribuciones muestrales y el teorema del límite central.
8. Estimación.
9. Propiedades de los estimadores puntuales y métodos de estimación.
10. Pruebas de hipótesis.
11. Modelos lineales y estimación mediante mínimos cuadrados.
12. Consideraciones sobre el diseño de experimentos.
13. Análisis de varianza.
14. Análisis de datos categóricos.
15. Estadística no paramétrica.

# ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

La nueva edición de este best-seller, tanto en Estados Unidos como en América Latina, continúa con la costumbre de presentar una gran cantidad de ejercicios con datos reales actualizados. Las secciones de problemas se dividen en tres partes a fin de reforzar lo aprendido: métodos, aplicaciones y autoevaluaciones. Además contiene secciones y advertencias sobre los errores estadísticos más comunes.

## CARACTERÍSTICAS

- Durante todo el texto se plantean situaciones de negocios y económicas reales.
- Se muestra el uso de la computadora; especialmente se enfatiza el trabajo con Excel y con MINITAB.
- Mayor cobertura en métodos tabulares y gráficos de la estadística descriptiva.
- Integra el uso de Excel para el muestreo aleatorio.
- Incorpora el uso de apoyos en línea integrados a lo largo del texto.
- Un nuevo apéndice *F* cubre el uso de software para calcular el valor de  $p$  y muestra claramente el uso de MINITAB y Excel para calcular los valores de  $p$  asociados a pruebas estadísticas  $z$ ,  $t$  y  $F$ .
- Emplea software estadístico para el uso de tablas de Distribución normal acumulada lo que hace más sencillo para el alumno, el cálculo de los valores de  $p$  en las pruebas de hipótesis.
- Integra casos al final de cada capítulo.

## CONTENIDO

1. Los datos y la estadística.
  2. Estadística descriptiva: métodos tabulares y gráficos.
  3. Estadística descriptiva: métodos numéricos.
  4. Introducción a la probabilidad.
  5. Distribuciones discretas de probabilidad.
  6. Distribuciones continuas de probabilidad.
  7. Muestreo y distribuciones muestrales.
  8. Estimación de intervalos.
  9. Prueba de hipótesis.
  10. Inferencia estadística acerca de medias y proporciones con dos poblaciones.
  11. Inferencias acerca de las varianzas de población.
  12. Pruebas de bondad de ajuste e independencia.
  13. Análisis de varianza (ANOVA) y diseño de experimentos.
  14. Regresión lineal simple.
  15. Regresión múltiple.
  16. Análisis de regresión: construcción del modelo.
  17. Indicadores.
  18. Pronósticos.
  19. Métodos no paramétricos.
  20. Métodos estadísticos para control de calidad.
  21. Análisis de decisiones.
  22. Estudio de muestras.
- Apéndices.



**David R. Anderson/  
Dennis J. Sweeney et al.**

10a. edición, © 2008

Formato: 21 x 27 cm

1056 pp.

ISBN 970-686-825-9

ISBN13 978-970-686-825-1

**NUEVO**

## INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA PARA NEGOCIOS



**Ronald M. Weiers**

5a. edición, © 2006  
Formato: 21 x 27 cm  
1010 pp.

ISBN 970-686-437-7  
ISBN13 978-970-686-437-6

Al escribir esta obra el autor se propuso hacer una guía clara y amigable para aprender estadística para negocios, evitando las cortinas de humo que pudieran inhibir el interés o el aprendizaje del lector quien a lo largo del libro, descubre por sí mismo que la estadística para negocios no sólo es importante porque está en su programa académico, sino también porque está y estará presente en su futuro personal y profesional. De manera colateral, conforme avanza en el curso, va adquiriendo y aprendiendo a utilizar las técnicas estadísticas y las herramientas de software más recientes —incluyendo programas de hojas de cálculo como Excel y software de estadística como Minitab— al trabajar con estas mediciones.

### CARACTERÍSTICAS

- Método didáctico que consiste en explicar primero el propósito y los pasos relacionados con cada técnica, luego estudiar varios ejemplos prácticos de su uso y después aplicar lo aprendido en la solución de ejercicios.
- Énfasis en la realización de ejercicios. Cada sección tiene un conjunto de ejercicios basados en su contenido.
- Estrategias didácticas encaminadas a la retención del material. Al final de cada capítulo se incluye el resumen del contenido, la lista de las ecuaciones presentadas y abundantes ejercicios, un minicaso interesante o dos y —en casi todos los capítulos— un caso real de negocios que ayuda al lector a practicar sus aptitudes.

### CONTENIDO

1. Un avance de la estadística para negocios.
2. Descripción gráfica de los datos.
3. Descripción estadística de los datos.
4. Recolección de datos y métodos de muestreo.
5. La probabilidad: repaso de los conceptos básicos.
6. Distribuciones de probabilidad discreta.
7. Distribuciones continuas de probabilidades.
8. Distribuciones de muestreo.
9. Estimación a partir de los datos de una muestra.
10. Pruebas de hipótesis relacionadas con el promedio o la proporción de una muestra.
11. Pruebas de hipótesis relacionadas con dos promedios o proporciones de una muestra.
12. Análisis de las pruebas de la varianza.
13. Aplicaciones de Chi cuadrada.
14. Métodos no paramétricos.
15. Regresión lineal simple y correlación.
16. Regresión múltiple y correlación.
17. Construcción de modelos.
18. Modelos de series de tiempo y proyecciones.
19. Teoría de las decisiones.
20. Administración de calidad total.
21. La ética en el análisis estadístico y la elaboración de informes (capítulo en la red).



## INTRODUCCIÓN A LA PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA

Éste es un libro clásico en estadística, que con pericia aclara los métodos de razonamiento fundamentales y las aplicaciones de la estadística. A partir de explicaciones claras y simples aprenderá no sólo a razonar estadísticamente, sino también cómo interpretar de manera correcta resultados estadísticos. La décima segunda edición mantiene la descripción tradicional para la cobertura de los temas de la estadística descriptiva e inferencial.

### CARACTERÍSTICAS

- Se presentan más de 1,300 problemas de una forma gradual según el nivel de dificultad requerido.
- Se incorporan nuevas secciones que permiten al lector reforzar el aprendizaje:
  - “Mi instructor personal”: definiciones y/o sugerencias paso a paso acerca de la solución del problema.
  - “Repeticiones de ejercicios”: conjunto de ejercicios relacionados con problemas repetitivos respecto a un tema o concepto específico.
  - “Mi applet”: herramienta interactiva que permite al lector visualizar conceptos estadísticos en la red.
  - Mi consejo práctico: numerosas sugerencias para el lector que aparecen en los márgenes de la obra.

### CONTENIDO

Introducción: Entrene su cerebro para la estadística.

1. Descripción de datos con gráficas.
2. Descripción de datos con medidas numéricas.
3. Descripción de datos bivariados.
4. Probabilidad y distribuciones de probabilidad.
5. Diversos usos de las distribuciones discretas.
6. Distribución de probabilidad normal.
7. Distribuciones muestrales.
8. Estimación con muestras grandes.
9. Pruebas de hipótesis con muestras grandes.
10. Inferencias con muestras pequeñas.
11. Análisis de varianza.
12. Regresión lineal y correlación.
13. Análisis de regresión múltiple.
14. Análisis de datos categóricos.
15. Estadística no paramétrica.

Fuentes de datos.

Respuestas a los ejercicios seleccionados.

Índice.



**William Mendenhall/  
Robert J. Beaver et al.**

12a. edición, © 2008

Formato: 20 x 26 cm

776 pp.

ISBN 970-686-794-5

ISBN13 978-970-686-794-0

**NUEVO**



## MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LOS NEGOCIOS



**David R. Anderson/  
Dennis J. Sweeney et al.**

9a. edición, © 2004  
Formato: 21 x 27 cm  
834 pp.

**ISBN 970-686-372-9**  
**ISBN13 978-970-686-372-0**

Escrita para el lector que no es matemático, esta obra se orienta a las aplicaciones para negocios, y proporciona una comprensión conceptual del papel que desempeñan los métodos cuantitativos en el proceso de toma de decisiones. El texto describe la forma en que los métodos han evolucionado a lo largo de los años, explica cómo funcionan y muestra la manera en que las personas encargadas de tomar las decisiones los interpretan y aplican.

### CARACTERÍSTICAS

- El material fue reescrito cuidando de no hacerlo dependiente de ningún software en especial.
- Amplia actualización de casos y problemas, además de nuevas aplicaciones.
- Incluye secciones “Notas y comentarios”, únicas en las obras de estos autores, con información adicional y recomendaciones para el lector basadas en experiencias.

### CONTENIDO

1. Introducción. 2. Introducción a la probabilidad. 3. Distribuciones de probabilidad. 4. Análisis de decisiones. 5. Utilidad y toma de decisiones. 6. Pronósticos. 7. Introducción a la programación lineal. 8. Programación lineal: análisis de sensibilidad e interpretación de la solución. 9. Aplicaciones de la programación lineal. 10. Problemas de transporte, de asignación y transbordo. 11. Programación lineal de enteros. 12. Programación de proyectos: pert/cpm. 13. Modelado de inventarios. 14. Modelos de línea de espera. 15. Simulación. 16. Proceso de Markov. 17. Decisiones de criterios múltiples.

## PRONÓSTICOS, SERIES DE TIEMPO Y REGRESIÓN

### UN ENFOQUE APLICADO

Como lo indica el subtítulo, esta obra fue concebida con la idea de cubrir cursos de estos temas en los que se haga hincapié en las aplicaciones del ámbito profesional. Por lo mismo, en primer lugar los autores intentan que el lector comprenda y después practique; posteriormente destacan el uso de la tecnología actual y no se ciñen a un solo software.

### CARACTERÍSTICAS

- Los conjuntos de datos para los ejercicios se tomaron de situaciones reales.
- Analiza las metodologías más difundidas para la elaboración de pronósticos.
- Incluye un apéndice sobre álgebra matricial para el análisis de regresión.

### CONTENIDO

1. Introducción a los pronósticos. 2. Conceptos estadísticos básicos. 3. Regresión lineal simple. 4. Regresión lineal múltiple. 5. Construcción de modelos y análisis residual. 6. Regresión de series de tiempo. 7. Métodos de descomposición. 8. Suavizamiento exponencial. 9. Modelos no estacionales de Box-Jenkins y su identificación tentativa. 10. Estimación, revisión de diagnósticos y pronósticos para los modelos no estacionales de Box-Jenkins. 11. Modelado no estacional de Box-Jenkins. 12. Modelado no estacional avanzado de Box-Jenkins.



**Bruce L. Bowerman/  
Richard T. O'Connell et al.**

4a. edición, © 2007  
Formato: 19 x 24.5 cm  
720 pp.

**ISBN 970-686-606-X**  
**ISBN13 978-970-686-606-6**

# ADMINISTRACIÓN FINANCIERA CONTEMPORÁNEA

Esta obra ofrece una introducción completa y moderna a la administración financiera. Incorpora los recientes cambios en la operación financiera de las empresas: maximiza la riqueza de los accionistas y la administración del flujo de efectivo.

## CARACTERÍSTICAS

- El sitio Web proporciona recursos de enseñanza y aprendizaje, aplicaciones en Internet, así como vínculos y actualizaciones.
- La obra también proporciona una gran cantidad de referencias electrónicas de las instituciones financieras más importantes a nivel internacional.
- Cada capítulo termina con la presentación de problemas de autoevaluación y soluciones completas detalladas.

## CONTENIDO

1. Función y objetivo de la administración financiera.
2. El mercado financiero nacional e internacional.
3. Evaluación del desempeño financiero.
4. El valor del dinero en términos de tiempo.
5. Análisis de riesgo y rendimiento.
6. Valores de renta fija: características y valuación.
7. Acciones comunes: características, valuación y emisión.
8. Presupuestación de capital y análisis de flujo de efectivo.
9. Presupuesto de capital: criterios de decisión y consideraciones de opciones reales.
10. Presupuestación de capital y riesgo.
11. El costo de capital.
12. Conceptos de estructura de capital.
13. Administración de la estructura de capital en la práctica.
14. Política de dividendos.
15. Pronósticos financieros y política de capital de trabajo.
16. La administración de efectivo y títulos negociables.
17. Administración de cuentas por cobrar e inventarios.
18. Alternativas de financiamiento a corto y mediano plazos.
19. Financiamiento a través del arrendamiento.
20. Financiamiento con derivados.
21. Administración financiera internacional.
22. Reestructuración corporativa.



**R. Charles Moyer/  
James R. McGuigan et al.**

9a. edición, © 2004

Formato: 21 x 27 cm

448 pp.

ISBN 970-686-351-6

ISBN13 978-970-686-351-5



## FINANZAS BÁSICAS PARA NO FINANCIEROS



**Héctor Ortiz Anaya**

1a. edición, © 2003

Formato: 16 x 23 cm

392 pp.

ISBN 958-334-203-3

ISBN13 978-958-334-203-5

El libro tiene el objeto de ilustrar sobre los aspectos básicos de las finanzas a todas aquellas personas que no han estudiado esta materia como esencial para su formación profesional o académica. Lo anterior se logra mediante una explicación detallada, fácil y amable de la contabilidad y los fundamentos de las finanzas y el análisis financiero, con el fin de interpretar apropiadamente los estados financieros, como el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja.

### CONTENIDO

Introducción a la contabilidad y las finanzas. Balance General. Estado de resultados. Cuentas de tratamiento especial. Análisis vertical. Análisis horizontal. Diagnóstico financiero con base en los estados financieros. Indicadores financieros. Indicadores de liquidez. Indicadores de actividad. Indicadores de rentabilidad. Indicadores de endeudamiento. Ajustes por inflación. Flujo de caja. Elementos de matemáticas financieras.

## RIESGOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS

### PRODUCTOS DERIVADOS Y DECISIONES ECONÓMICAS BAJO INCERTIDUMBRE

Este libro proporciona una visión alternativa de las finanzas y la economía que reconoce explícitamente el papel que el riesgo y la incertidumbre desempeñan en las decisiones de portafolio y consumo de los agentes económicos. En un intento de fomentar la cultura de la administración de riesgos, el libro reúne para su estudio diversas herramientas, modelos y técnicas útiles en la identificación, cuantificación, prevención control de los diferentes riesgos a los que los agentes están expuestos. El objetivo principal de esta obra consiste en presentar de manera simple y atractiva el análisis de riesgos financieros y económicos, ya que la mayor parte de la literatura especializada sobre estos temas contiene desarrollos matemáticos muy sofisticados y con escasa conexión con la intuición y la práctica.

### CARACTERÍSTICAS

- Utiliza un lenguaje sencillo y claro, sin descuidar el rigor científico.
- Proporciona los prerrequisitos necesarios para el análisis de riesgos financieros y el estudio de los modelos económicos de riesgos, en un intento de autosuficiencia.
- Presenta, paso a paso, los detalles de los resultados analíticos con el fin de que el lector no pierda continuidad en la lectura.
- Hace recuentos históricos sobre las contribuciones de distintos científicos en el área de riesgos.
- Contiene múltiples aplicaciones y ejercicios prácticos con ilustraciones.
- Ofrece más de 400 ejercicios con diversos grados de dificultad.

### CONTENIDO

I. Dónde, cuándo y cómo se inicia la historia que este libro contará. II. Prerrequisitos para riesgos financieros. III. Los clásicos. IV. Derivados financieros simples. V. Opciones con volatilidad estocástica. VI. Opciones americanas. VII. Tópicos avanzados de opciones. VIII. Opciones exóticas. IX. Tasas y bonos. X. Técnicas de ajuste de curvas de rendimiento. XI. Medidas de riesgo. XII. Riesgo, crédito y derivados de crédito. XIII. Opciones reales. XIV. Derivados de tasas y notas estructuradas. XV. Métodos numéricos para valuar derivados. XVI. Riesgo operativo. XVII. Valores extremos y valor en riesgo. XVIII. Prerrequisitos para modelos económicos de riesgos. XIX. Modelos económicos de riesgos.



**Francisco Venegas Martínez**

2a. edición, © 2007

Formato: 21 x 27 cm

1137 pp.

ISBN 970-830-008-7

ISBN13 978-970-830-008-X

# ADMINISTRACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL

Este libro se enfoca a las decisiones de administración que maximizan el valor de una empresa y en él se reconoce que los profesores tienen estilos particulares para el reforzamiento de los conceptos clave de un curso. Por ello en la obra se enfatizan dichos conceptos mediante varios instrumentos como auto-exámenes, casos y problemas integradores.

## CARACTERÍSTICAS

- Se incluye un diagrama de apertura de parte para ilustrar cómo se da cobertura a los conceptos clave.
- Vínculos a sitios Web que proveen información útil.
- Se introduce un tema controversial en una sección denominada Punto/Contrapunto, la cual provee dos visiones opuestas para que el lector decida cuál respalda y explique por qué.
- Inclusión de casos al final de cada capítulo, los cuales permiten al lector utilizar los conceptos clave para resolver problemas experimentados por una empresa llamada Blades, Inc.
- Se incorpora al final de cada capítulo una sección llamada Dilema para la pequeña empresa, la cual coloca al lector en una posición en la que debe usar conceptos introducidos en el capítulo para tomar decisiones acerca de una empresa pequeña llamada Sports Exports Company.
- Problema integrador al final de cada parte, el cual integra los conceptos clave estudiados a lo largo de los capítulos que la conforman.

## CONTENIDO

Parte 1. Entorno financiero internacional.

1. Visión general de la administración financiera multinacional.
2. Flujo internacional de fondos.
3. Mercados financieros internacionales.
4. Determinación del tipo de cambio.
5. Productos derivados sobre tipos de cambio.

Parte 2. Comportamiento del tipo de cambio.

6. Influencia del gobierno en los tipos de cambio.
7. Arbitraje internacional y paridad en la tasa de interés.
8. Relación entre la inflación, las tasas de interés y los tipos de cambio.

Parte 3. Tipo de cambio y administración del riesgo.

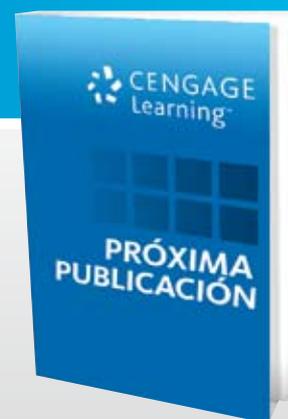
9. Pronóstico de los tipos de cambio.
10. Medición de la exposición a las fluctuaciones en el tipo de cambio.
11. Administración de la exposición a las transacciones.
12. Administración de la exposición económica y de la exposición a la conversión.

Parte 4. Activos a largo plazo y administración de la responsabilidad.

13. Inversión extranjera directa.
14. Elaboración del presupuesto de capital multinacional.
15. Reestructuración multinacional.
16. Análisis del riesgo país.
17. Costo de capital y estructura de capital multinacionales.
18. Financiamiento a largo plazo.

Parte 5. Activos a corto plazo y administración de la responsabilidad.

19. Financiamiento del comercio internacional.
20. Financiamiento a corto plazo.
21. Administración del efectivo internacional.



**Jeff Madura**

9a. edición, ©2009

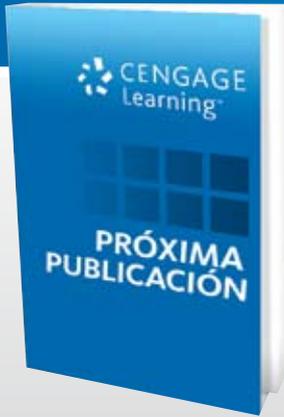
Formato: 21 x 27 cm

704 pp.

**ISBN Pendiente**

**ISBN13 Pendiente**

## MERCADOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS



**Jeff Madura**

8a. edición, © 2009

Formato: 21 x 27 cm

800 pp.

**ISBN Pendiente**

**ISBN13 Pendiente**

Este libro describe los mercados financieros y las instituciones financieras que atienden dichos mercados. Provee un marco conceptual que puede utilizarse para entender por qué los mercados existen. Se describe cada tipo de mercado financiero, enfocándose en los valores que se negocian en dicho mercado y la participación de las instituciones financieras. Se introducen en primer lugar los mercados e instituciones financieras, seguidos de las funciones del Sistema de la Reserva Federal, los principales mercados de deuda, mercados de capital y, por último, el mercado de derivados.

### CARACTERÍSTICAS

- Se incluyen numerosos recursos didácticos en secciones tales como: Aspectos globales, Punto/Contrapunto, Interpretando las noticias financieras, y Ejercicios en Internet, las cuales refuerzan los conceptos clave del libro.
- Un diagrama de apertura de parte para ilustrar cómo se da cobertura a los conceptos clave.
- Vínculos a sitios Web que proveen información útil.
- Se introduce un tema controversial en una sección denominada Punto/Contrapunto, la cual provee dos visiones opuestas para que el lector decida cuál respalda y explique por qué.
- Inclusión de casos al final de cada capítulo, los cuales permiten al lector utilizar los conceptos clave para resolver problemas experimentados por una empresa llamada Blades, Inc.
- Problema integrador al final de cada parte, el cual integra los conceptos clave estudiados a lo largo de los capítulos que la conforman.
- Una interesante sección llamada Administración en los mercados financieros, en la cual se coloca al lector al final de cada capítulo en la posición de los gerentes de finanzas y debe tomar decisiones en torno a situaciones específicas relacionadas con los conceptos clave del capítulo.

### CONTENIDO

Parte I. Panorama del entorno internacional. 1. Papel de los mercados e instituciones financieras. 2. Determinación de las tasas de interés. 3. Estructura de las tasas de interés. Parte II. La FED y la política monetaria. 4. Funciones de la FED. 5. Teoría y política monetaria. Parte III. Mercados de deuda. 6. Mercados de dinero. 7. Mercados de bonos. 8. Valuación de bonos y riesgo. 9. Mercados de hipotecas. Parte IV. Mercados de capital. 10. Ofertas de acciones y monitoreo del inversionista. 11. Valuación de acciones y riesgo. 12. Microestructura y estrategias del mercado. Parte V. Mercados de derivados. 13. Mercados financieros de futuros. 14. Mercados de opciones. 15. Tasa de interés de los mercados de derivados. 16. Mercados exteriores de intercambio de derivados. Parte VI. Banca comercial. 17. Opciones de banca comercial. 18. Regulación de la banca. 19. Administración bancaria. 20. Desempeño de la banca. Parte VII. Operaciones no bancarias. 21. Operaciones de ahorro. 22. Operaciones financieras de consumo. 23. Operaciones de fondos mutualistas. 24. Operaciones de valores. 25. Seguros y pensiones.

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

Este texto no se concreta a la exposición de los métodos más comunes, como el análisis financiero fundamental y el análisis técnico, sino que incluye la interpretación y estudios de los estados financieros básicos y complementarios, y reglas que deben seguirse durante las pláticas preliminares con los clientes y la preparación de los informes correspondientes.

### CARACTERÍSTICAS

- En su contenido se presentan sugerencias y recomendaciones que le darán a conocer la verdadera situación financiera de su empresa, detectar fallas y descubrir enfermedades para tomar decisiones acertadas, optimizar productos, servicios y utilidades en un entorno de globalización económica y de competitividad local, nacional e internacional.

### CONTENIDO

1. Estados financieros. 2. Breve estudio del balance general. 3. Breve estudio del estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados. 4. Breve estudio del estado del costo de ventas netas. 5. Breve estudio del estado de costo de producción. 6. Breve estudio del estado de costo de los artículos fabricados y vendidos. 7. Breve estudio del estado del movimiento de las cuentas del superávit. 8. Breve estudio del estado del movimiento de las cuentas del capital contable. 9. Breve estudio del estado de cambios en la situación financiera. 10. Breve estudio del estado de origen y aplicación de recursos. 11. Breve estudio del estado de origen y aplicación de fondos. 12. Breve estudio del estado del *cash flow*. 13. Estado de origen y aplicación de utilidades. 14. Interpretación de estados financieros. 15. Objetivos de la interpretación de estados financieros. 16. Pláticas preliminares con el cliente. 17. Métodos de análisis. 18. Medidas previas al análisis de estados financieros. 19. Procedimiento de porcentos integrales. 20. Aplicación incorrecta del procedimiento de porcentos integrales. 21. Procedimiento de razones simples. 22. Procedimiento del balance doble o tangible. 23. Procedimiento de razones estándar. 24. Procedimientos de aumentos y disminuciones. 25. Procedimiento de tendencias. 26. Procedimiento con base en serie de valores absolutos. 27. Procedimiento con base en serie de variaciones relativas. 28. Procedimiento con base en serie de índices. 29. Procedimiento de control del presupuesto. 30. Procedimiento del punto de equilibrio. 31. Procedimiento de control financiero DuPont. 32. Procedimiento de análisis bursátil (análisis fundamental). 33. Procedimiento del riesgo estructural. 34. Procedimiento del valor económico agregado. 35. Procedimiento de rentabilidad de recursos netos invertidos. 36. Procedimiento gráfico de perfil fundamental. 37. Procedimiento de análisis técnico. 38. Estudio de enfermedades comunes en empresas. 39. Informe. 40. Cuadro de razones financieras: razones de rotación y razones cronológicas. 41. Cuadro de razones de rentabilidad, liquidez, actividad, solvencia, endeudamiento, producción y mercadotecnia. 42. Cuadro de razones bursátiles.



**Abraham Perdomo Moreno**

6a. edición, © 2000

Formato: 16 x 22 cm

288 pp.

ISBN 970-686-263-3

ISBN13 978-970-686-263-1



## ELEMENTOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**Abraham Perdomo Moreno**

10a. edición, © 2002

Formato: 16 x 23 cm

328 pp.

ISBN 970-686-261-7

ISBN13 978-970-686-261-7

Esta obra presenta en forma sencilla, clara, sintética y consecuente, las herramientas profesionales, técnicas y elementos básicos de administración financiera por su bien lograda objetivización de conceptos, mediante el uso de figuras, gráficas, conclusiones, recomendaciones y ejemplos reales, así como la enfatización de términos clave de la contaduría pública, administración de empresas, finanzas e informática.

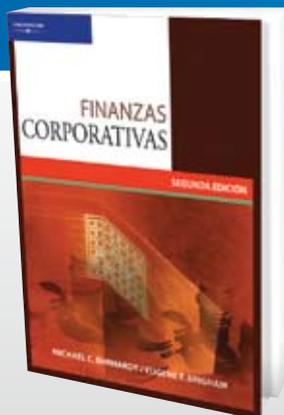
### CARACTERÍSTICAS

- Tanto estudiantes como profesionales, y para quienes se adentren o relacionen con negocios productivos, competitivos y rentables, o que deseen incrementar sus conocimientos, encontrarán en esta obra una invaluable herramienta profesional de consulta, trabajo y aplicación práctica de la administración financiera, para estar en condiciones de tomar decisiones acertadas y lograr los objetivos y metas preestablecidas por la empresa y poder subsistir en un entorno de apertura de fronteras, creatividad, productividad, competitividad local, nacional e internacional y globalización económica mundial.

### CONTENIDO

1. Administración general. 2. Administración financiera. 3. Estrategias financieras. 4. Análisis financiero. 5. Procedimientos de porcentos integrales. 6. Razones simples. 7. Razones estándar. 8. Procedimiento de variaciones. 9. De tendencias. 10. Planeación financiera. 11. Punto de equilibrio. 12. Planeación de utilidades. 13. Apalancamiento y riesgo de operación. 14. Apalancamiento y riesgo financiero. 15. Pronóstico financiero. 16. Estado de origen y aplicación de fondos proforma. 17. *Clash flow* proforma. 18. Estado de pérdidas y ganancias o resultados proforma. 19. Estados de situación financiera o balance proforma. 20. Estado de origen y aplicación de recursos proforma. 21. Control presupuestal. 22. Control financiero DuPont. 23. PEMA. 24. PEMA-DuPont. 25. Administración financiera del capital de trabajo. 26. Administración financiera del efectivo en caja y bancos. 27. Administración financiera de valores a corto plazo. 28. Administración financiera de CETES. 29. Administración financiera de papel comercial. 30. Administración financiera de aceptaciones bancarias. 31. Tesobonos. 32. Udibonos. 33. Administración financiera de clientes. 34. Inventarios. 35. Activo fijo. 36. Crédito mercantil. 37. Cuestionario financiero.

## FINANZAS CORPORATIVAS



**Michael C. Ehrhardt/  
Eugene F. Brigham**

2a. edición, © 2007  
Formato: 20 x 26 cm  
672 pp.

**ISBN 970-686-594-2**  
**ISBN13 978-970-686-594-6**

Este libro se creó con cuatro propósitos principales: ayudar a tomar mejores decisiones, motivar al lector a demostrar que las finanzas son importantes y relevantes, ofrecerle al alumno un texto claro y sencillo, sin desperdiciar tiempo en averiguar qué es lo que se habrá querido decir, y proporcionar una obra que cubriera el material principal de cursos introductorios, sin agobiar al lector con la inclusión de material interesante pero innecesario.

La obra combina la teoría con las aplicaciones prácticas, lo cual es esencial cuando se desea desarrollar e implantar estrategias financieras eficaces. Inicia con la información básica y los conceptos esenciales para luego favorecer el entendimiento de las técnicas específicas, las reglas de decisión y las políticas financieras que se usan para ayudar a maximizar el valor financiero de una empresa.

### CARACTERÍSTICAS

- Nuevos recuadros sobre valuación corporativa.
- Análisis del ejercicio del poder en las corporaciones: errores, fraudes y ética.
- Tratamiento en detalle de las opciones financieras y su uso en las finanzas corporativas.

### CONTENIDO

I. Conceptos fundamentales de las finanzas corporativas. 1. Panorama de las finanzas corporativas y el ambiente financiero. 2. Valor del dinero en el tiempo. 3. Estados financieros, flujos de efectivos e impuestos. 4. Análisis de estados financieros. 5. Riesgo e ingreso. II. Valores y su valuación. 6. Bonos y su valuación. 7. Acciones y su valuación. 8. Opciones financieras, su valuación y aplicaciones en las finanzas corporativas. III. Proyectos y su valuación. 9. El costo de capital. 10. Bases de la presupuestación de capital. 11. Estimación del flujo de efectivo y análisis del riesgo. IV. Valuación corporativa. 12. Planeación financiera y proyecciones. 13. Valuación corporativa, valuación basada en el valor y gobierno corporativo. V. Decisiones de financiamiento estratégico. 14. Decisiones de estructura de capital. 15. Distribuciones a los accionistas: dividendos y recompras. 16. Administración del capital de trabajo. 17. Finanzas corporativas multinacionales. Apéndices. Glosario. Índice onomástico. Índice temático.

## FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

Esta obra está dirigida a todas aquellas personas que deseen realizar un proyecto de inversión para determinar su viabilidad financiera; marca los pasos que hay que seguir en la investigación para integrar los estudios respectivos en el proyecto como son: estudios de mercado, localización, la ingeniería del proyecto, la planeación, ingresos y costos, entre otros.

### CARACTERÍSTICAS

- Se divide en dos apartados, el primero de los cuales explica el aspecto teórico en donde se trata en forma general, pero minuciosa, la inversión. El segundo hace referencia a dos casos prácticos, basados en hechos reales.

### CONTENIDO

1. Proyectos de inversión. 2. Objetivos y metas. 3. Estudio de mercado. 4. Localización del proyecto. 5. Ingeniería del proyecto. 6. Organización y administración del proyecto. 7. Evaluación financiera. Casos prácticos.



**Abraham Hernández H./  
Abraham Hernández V. et al.**

5a. edición, © 2005  
Formato: 19 x 24.5 cm  
448 pp.

**ISBN 970-686-388-5**  
**ISBN13 978-970-686-388-1**

## FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**Eugene F. Brigham/  
Joel F. Houston**

10a. edición, © 2005

Formato: 20 x 26 cm  
912 pp.

ISBN 970-686-431-8

ISBN13 978-970-686-431-4

Los 25 años de liderazgo de las nueve ediciones anteriores de este libro se explican sencillamente porque es interesante y fácil de entender. Al preparar y mejorar la décima edición, sus autores procuraron comunicar el atractivo y la naturaleza siempre cambiante de las finanzas, a fin de que el lector conozca su importancia y aplicabilidad, de modo que descubra que son más interesantes y útiles de lo que había pensando. Debido a que se trata de una materia difícil para muchos alumnos, Brigham y Houston pusieron especial atención en explicar los temas con la mayor claridad y cobertura posible, sin sacrificar el rigor técnico. Esta edición refleja el dinamismo permanente de las finanzas, sus nuevas tecnologías, métodos y mercados, transformados radicalmente por la mayor globalización. Además incluye el análisis, desde el punto de vista financiero y ético, de problemas como el extraordinario auge y el deterioro igualmente drástico del mercado accionario, junto con la quiebra de gigantes como Enron, WorldCom y Global Crossing. Ante los excesos que hemos presenciado en los últimos años, hoy más que nunca es importante que el lector conozca a fondo los principios básicos de las finanzas.

### CARACTERÍSTICAS

- Explicación continua de los eventos financieros recientes.
- Explicación más clara de los estados financieros y de los problemas contables.
- Exposición actualizada de los sucesos recientes en los mercados accionarios y de bonos.
- Actualización de la sección dedicada a la eficiencia de los mercados y a las finanzas conductuales.
- Revisión del tema del valor del dinero en el tiempo. Actualización del material referente al interés compuesto multiperiodos.
- Material de apoyo y video clips sobre temas de finanzas.

### CONTENIDO

Parte I. Introducción a la administración financiera.

1. Panorama de la administración financiera.
2. Estados financieros, flujo de efectivo e impuestos.
3. Análisis de los estados financieros.
4. El entorno financiero: mercados, instituciones y tasas de interés.

Parte II. Conceptos fundamentales de la administración financiera.

5. El riesgo y las tasas de rendimiento.
6. Valor del dinero en el tiempo.

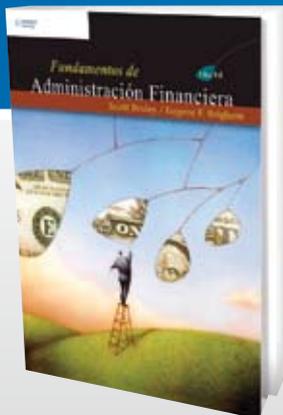
Parte III. Activos financieros.

7. Los bonos y su valuación.
8. Las acciones y su valuación.

Parte IV. Inversión en activos a largo plazo: presupuestación de capital.

9. El costo del capital.
10. Aspectos básicos de la presupuestación de capital.
11. Estimación de los flujos de efectivo y análisis de riesgos.
12. Otros temas de la presupuestación de capital.

## FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**Scott Besley/  
Eugene F. Brigham**

14a. edición, © 2009  
Formato: 20 x 26 cm  
834 pp.

ISBN 970-830-014-4  
ISBN13 978-970-830-014-8

**NUEVO**

Este libro ha sido por décadas el líder para cursos introductorios de finanzas. Introdúzcase al impacto y la importancia de la administración financiera en los negocios de hoy con la nueva edición de este importante *best-seller*, la cual ofrece cambios extraordinarios, incluso en el orden en que los capítulos son presentados, ubicando al principio aquellos que son indispensables para el lector en su conocimiento. La obra ofrece un excelente equilibrio entre los conceptos y las aplicaciones prácticas de la industria que muestran cómo los principios financieros operan en las empresas de todo el mundo.

### CARACTERÍSTICAS

- Numerosos recursos didácticos, aplicaciones, problemas y ejemplos reales en cada capítulo.
- Recuadros de Dilema ético, los cuales presentan situaciones reales que retan al lector para que considere las mejores decisiones cuando se enfrenta a circunstancias complicadas financieras y de negocios.
- Cobertura de calculadoras financieras y de Excel a lo largo de la obra, los cuales son instrumentos financieros valiosos en los negocios de hoy.

### CONTENIDO

1. Introducción a la administración financiera. 2. Análisis de estados financieros. 3. Mercados financieros y el proceso de inversión bancaria. 4. Valor del dinero en el tiempo. 5. El costo del dinero (Tasas de interés). 6. Bonos (Deuda) características y valuación. 7. Acciones (Capital) características y valuación. 8. Riesgo y tasas de rendimiento. 9. Técnicas de preparación del presupuesto de capital. 10. Flujos de efectivo proyectados y riesgo. 11. Costo de capital. 12. Estructura de capital. 13. Política de dividendos. 14. Política de capital de trabajo. 15. Administración de activos de corto plazo. 16. Administración de obligaciones de corto plazo (Financiamiento). 17. Planeación financiera y control. 18. Acuerdos de financiamiento alternativo y reestructuración corporativa.

## PARA ENTENDER LA BOLSA

### FINANCIAMIENTO E INVERSIÓN EN EL MERCADO DE VALORES

Esta obra expone de manera clara los dos sentidos del quehacer bursátil: el financiamiento y la inversión. Analiza el funcionamiento de la Bolsa Mexicana de Valores, NASDAQ y NYSE, las operaciones del mercado de capitales y de deuda, los fondos, así como los grupos de análisis económico, fundamental y técnico, con el objeto de hacerlos accesibles a estudiantes, académicos, inversionistas potenciales o entidades carentes de recursos. El gran valor del presente libro es hacer comprensible, al fin, el complejo mundo del mercado de valores.

### CARACTERÍSTICAS

- Edición actualizada.
- Contiene diversos casos prácticos de la realidad latinoamericana.
- Se analizan fórmulas, indicadores y formaciones gráficas.

### CONTENIDO

1. El dinero: mercancía básica del sistema financiero. 2. Mercado de valores: oxígeno para la economía. 3. Mercado de capitales: la importancia de poseer una empresa. 4. Mercado de dinero: sentar las bases del desarrollo. 5. Modalidades especiales: ganar en cualquier circunstancia. 6. Sociedades de inversión: la forma más inteligente de invertir. 7. Análisis económico: la economía de todos los días. 8. Análisis fundamental: desmenuzar la empresa. 9. Análisis técnico: la bolsa en gráficas. 10. Perfiles y objetivos de inversión.



**Arturo Rueda**

2a. edición, © 2005  
Formato: 19 x 24.5 cm  
480 pp.

ISBN 970-686-465-2  
ISBN13 978-970-686-465-9

## PLANEACIÓN FINANCIERA PARA ÉPOCAS NORMALES Y DE INFLACIÓN



**Abraham Perdomo Moreno**

6a. edición, © 2001

Formato: 16 x 22 cm

364 pp.

ISBN 970-686-193-9

ISBN13 978-970-686-193-1

Esta obra identifica, describe, estudia, evalúa y proyecta en forma sencilla, clara, sintética y consecuente los conceptos y las cifras que prevalecerán en el futuro de una empresa u organización en economías con estabilidad de precios y en economías con inflación, donde los precios de los bienes y servicios aumentan en forma general y constante. Es una herramienta profesional que ayudará indudablemente a subsistir y a la buena marcha de empresas y organizaciones comerciales, industriales, financieras y de servicios.

### CARACTERÍSTICAS

- Contiene una serie de casos y ejemplos reales de planeación financiera, enfocados a tomar decisiones acertadas, para lograr metas y objetivos preestablecidos de subsistencia, creatividad y crecimiento, en un entorno de apertura, competitividad y diversificación exportadora extranacional y búsqueda de inversión privada en nichos de mercados internacionales.

### CONTENIDO

1. Administración Financiera. 2. Planeación Financiera. 3. Métodos de Planeación Financiera. 4. Punto de Equilibrio Global. 5. Punto de equilibrio en unidades de producción. 6. Palanca y riesgo de operación. 7. Palanca y riesgo financiero. 8. Pronósticos Financieros. 9. Presupuestos Financieros. 10. Árboles de decisión. 11. Proyectos de inversión. 12. Arrendamiento Financiero. 13. Balance general proforma. 14. Balance doble proforma. 15. Estado de resultados absorbente proforma. 16. Estado de resultados marginal proforma. 17. Estado del costo absorbente de producción proforma. 18. Estado del costo marginal de producción proforma. 19. Estado del costo absorbente de ventas netas proforma. 20. Estado del costo marginal de ventas netas proforma. 21. Estado del costo absorbente de producción y ventas proforma. 22. Estado del costo marginal de producción y ventas proforma. 23. Estado del movimiento del superávit proforma. 24. Estado del movimiento del capital contable proforma. 25. Estado de origen y aplicación de recursos proforma. 26. Estado de origen y aplicación de fondos proforma. 27. *Cash flow* proforma. 28. Estado de origen y aplicación de utilidades proforma. 29. Diagrama del sistema financiero mexicano. 30. Mercado de valores. 31. Financiamiento. 32. Cuestionario Financiero. 33. Mercado Financiero. 34. Mercado de dinero. 35. Mercado de capitales. 36. Oferta y demanda de dinero. 37. Devaluación de la moneda. 38. Tasa de inflación anticipada. 39. Tabla del valor actual por inflación. 40. Tabla del valor futuro por inflación. 41. Aplicación de la tabla del valor presente de \$1.00. 42. Aplicación de la tabla del valor presente de \$1.00 recibido cada año. 43. Costo de capital ponderado. 44. Razones de análisis financiero. 45. Estado de cambios en la situación financiera proforma. 46. Herramientas de planeación financiera. 47. Método y modelo de riesgo estructural. 48. Método y modelo del valor económico agregado. 49. Método y modelo de rentabilidad de recursos netos invertidos. 50. Método gráfico de perfil fundamental.

# GESTIÓN EFICAZ DEL PLAN DE COBROS

## CÓMO DISEÑAR E IMPLEMENTAR CON ÉXITO UN PLAN DE COBROS

El objetivo de este libro, único en su género, es considerar a las cuentas por cobrar como la planificación de un proceso para obtener el máximo beneficio de la existencia de un sistema de actualización que permita el control de cada una de sus fases.

### CARACTERÍSTICAS

- La obra se sustenta en la abundante experiencia del autor en el campo de la cobranza.
- Plantea consideraciones que han dado excelentes resultados en el desempeño de la empresa en el proceso de cobros.
- Se tratan temas de gran relevancia como Variables que inciden en la empresa y que afectan al plan de cobros; Análisis de la estructura del plan de cobros y estudio de la situación actual en la que es posible desarrollarlo; Estudio de la forma en que se establecen las metas del plan de cobros; Desarrollo de estrategias a emplear en este proceso; Ejecución de un plan de cobros táctico, tras determinar las acciones del mismo; Políticas del plan de cobros para un mejor desempeño; Indicadores de medición del plan de cobros y comparación de los resultados con el pronóstico.

### CONTENIDO

1. El plan de cobros.
2. Estructura del plan de cobros.
3. Análisis de la situación actual.
4. Meta del plan de cobros.
5. Estrategias del plan de cobros.
6. Planes de acción.
7. Políticas de cobro.
8. Indicadores de medición de resultados.



**Manuel L. Ramos Morel**

© 2008

Formato: 16.5 x 23 cm

142 pp.

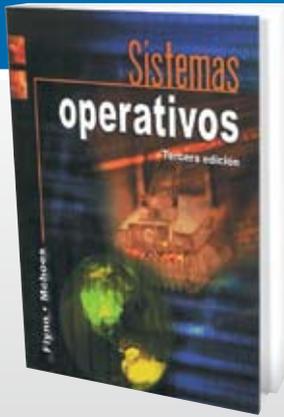
ISBN 970-830-005-5

ISBN13 978-970-830-005-6

**NUEVO**



## SISTEMAS OPERATIVOS



**Ida Flynn/  
Ann McIver Mchoes**

3a. edición, © 2001  
Formato: 21 x 27 cm  
692 pp.

**ISBN 970-686-062-2**  
**ISBN13 978-970-686-062-0**

En esta obra se propone que el lector adquiera la teoría de los sistemas operativos y pueda efectuar una comparación equilibrada de los sistemas en uso más importantes, con base en el conocimiento de los elementos técnicos de cada uno de ellos. En ella se incluye la teoría de los sistemas operativos, sus raíces históricas y bases conceptuales, para mostrar enseguida cómo se aplica todo este conocimiento en cinco sistemas operativos. El estilo de las autoras es claro y conciso, con el fin de aumentar la retención de los conocimientos en el lector.

### CARACTERÍSTICAS

- En esta edición se profundiza en la teoría de redes.
- Se estudia el sistema operativo Linux.
- Presenta la información más actualizada en el manejo de dispositivos.
- Se actualizó la administración del sistema, que comprende la medición del desempeño, prácticas contables y técnicas de seguridad.

### CONTENIDO

1. Panorama general. 2. Administración de la memoria, primeros sistemas. 3. Administración de la memoria, sistemas recientes. 4. Administrador del procesador. 5. Administración de los procesos. 6. Procesos concurrentes. 7. Administración de dispositivos. 8. Administración de los archivos. 9. Conceptos de la organización de las redes. 10. Administración de las funciones de red. 11. Administración del sistema. 12. Sistemas operativos MS/DOS. 13. Windows 2000. 14. Sistema operativo UNIX. 15. Sistema operativo VMS alpha OPEN. 16. Sistema operativo OS/390.

## PRINCIPIOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

### CONTENIDO

Parte Uno: Presentación.

1. Introducción a los sistemas de información.
2. Sistemas de información en las organizaciones.

Parte Dos: Conceptos de tecnología de la información.

3. Hardware: dispositivos de entrada, procesamiento y salida.
4. Software: software de sistemas y de aplicaciones.
5. Organización de datos e información.
6. Telecomunicaciones y redes.
7. Internet, intranets y extranets.

Parte Tres: Sistemas de información de negocios.

8. Sistemas de procesamiento de transacciones, comercio electrónico y planeación de recursos de la empresa.
9. Sistemas de información para la administración.
10. Sistemas de apoyo para la toma de decisiones.
11. Inteligencia artificial y sistemas expertos.

Parte Cuatro: Desarrollo de sistemas.

12. Investigación y análisis de sistemas.
13. Diseño, puesta en operación, mantenimiento y revisión de sistemas.

Parte Cinco: Los sistemas de información en las empresas y la sociedad.

14. Consideraciones de seguridad, privacidad y ética en sistemas de información e Internet.



**Ralph M. Stair/  
George W. Reynolds**

4a. edición, © 2000  
Formato: 21 x 27 cm  
692 pp.

**ISBN 968-752-997-0**  
**ISBN13 978-968-752-997-4**

## MATEMÁTICAS PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

El libro introduce los conceptos más importantes de matemáticas que los estudiantes de las áreas económico-administrativas y de ciencias sociales requieren para sus estudios futuros. Está enfocado hacia la solución de problemas y su aplicación. Se utilizan numerosos ejemplos y problemas resueltos para ampliar cada nuevo concepto o resultado, así como gráficas e imágenes como apoyo para que el lector visualice los conceptos e ideas presentados. En los casos posibles, los conceptos matemáticos se presentan en el contexto de situaciones de la vida real con objeto de que tengan más sentido (se incluye al menos una aplicación real en cada sección).

### CARACTERÍSTICAS

- La sección: “Uso de la tecnología”, muestra al lector la forma de construir una función que describa datos reales mediante la calculadora graficadora y Microsoft Excel. Están escritas en formato tradicional ejemplo-ejercicio, con respuestas al final del libro.
- Cada sección contiene ejercicios de autoevaluación con soluciones para ayudar al lector a vigilar su propio progreso.
- En la sección “Portafolios” se incluyen entrevistas diseñadas para llevar a los estudiantes las experiencias reales de profesionales que tienen fundamentos de matemáticas y que los usan en sus actividades.
- Contiene preguntas para discusión en grupo que pueden discutirse en clase o asignarse como tareas.
- La sección “Exploración con tecnología” son preguntas adicionales que sirven para que el lector mejore su comprensión de los conceptos y la teoría.

### CONTENIDO

1. Fundamentos de álgebra.
2. Funciones y sus gráficas.
3. Funciones exponenciales y logarítmicas.
4. Matemáticas financieras.
5. Sistemas de ecuaciones lineales.
6. Programación lineal.
7. Conjuntos y probabilidad.
8. Derivada.
9. Aplicaciones de la derivada.
10. Integración.
11. Cálculo de varias variables.

Apéndice A: Diferenciales.

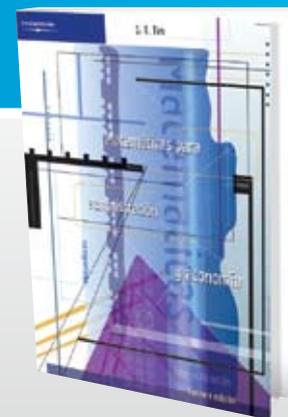
Apéndice B: Integración por partes.

Apéndice C: Multiplicadores de Lagrange.

Apéndice D: Diferenciales totales.

Apéndice E: Tablas de interés compuesto, valor presente y de anualidades.

Respuesta a los ejercicios seleccionados.



**Soo Tang Tan**

3a. edición, © 2005  
Formato: 20 x 26 cm  
992 pp.

**ISBN 970-686-427-X**  
**ISBN13 978-970-686-427-7**





**Jaime Castro Pérez/  
Andrés González  
Nucamendi**

1a. edición, © 2002  
Formato: 16 x 23 cm  
428 pp.

**ISBN 970-686-222-6**  
**ISBN13 978-970-686-222-8**

## PROBLEMARIO DE MATEMÁTICAS PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

Este problemario está escrito con el fin de servir como herramienta para los estudiantes de los primeros semestres de matemáticas en las disciplinas económico-administrativas. En él se presentan primero los aspectos teóricos necesarios que el lector debe conocer para posteriormente proporcionar ejemplos resueltos y ejercicios que permitirán verificar su dominio del tema.

### CONTENIDO

1. Funciones.
2. Funciones elementales.
3. Funciones trascendentes.
4. Álgebra de funciones.
5. Derivada.
6. Integral indefinida.
7. Integral definida y teorema fundamental del cálculo.
8. Funciones de varias variables.
9. Sucesiones, series y matemáticas financieras.
10. Matrices.

## Matemáticas financieras

### MATEMÁTICAS FINANCIERAS

Este libro presenta los conceptos de matemáticas financieras: sus aplicaciones con base en ejercicios de la realidad económico-financiera de nuestro país; el empleo de las fórmulas en lugar de las tablas financieras; soluciones a todos los ejercicios del libro, temas especiales y actualizados de gran interés que amplían lo tratado, en cada capítulo, lo cual le dará las herramientas necesarias para entender y manejar de manera eficiente el dinero.

#### CARACTERÍSTICAS

- Los temas tratados en el libro están expuestos de una manera clara, con lenguaje simple y conceptos actualizados, acordes a la realidad nacional y al momento histórico que nos ha tocado vivir.
- Se presentan dos tipos de ejemplos, los resueltos en forma aritmética y los resueltos por medio del uso de la calculadora HP.
- Además, en esta nueva edición incorpora ejercicios que se resuelven utilizando Excel.
- Al final del libro se incluyen las respuestas a los ejercicios en cada tema.

#### CONTENIDO

1. Generalidades. 2. Variación proporcional y porcentaje. 3. Sucesiones y series. 4. Interés simple y descuento simple. 5. Interés compuesto e inflación. 6. Anualidades vencidas, anticipadas y diferidas. 7. Amortización y fondos de amortización. 8. Otras anualidades. 9. Bonos y obligaciones. 10. Depreciación.



**Héctor Manuel Vidaurri  
Aguirre**

4a. edición, © 2008  
Formato: 19 x 24.5 cm  
560 pp.

**ISBN 970-686-843-7**  
**ISBN13 978-970-686-843-5**

**NUEVO**

# MATEMÁTICAS FINANCIERAS

## TEORÍA Y PRÁCTICA



**Abraham Hernández Hernández**

5a. edición, © 2001  
Formato: 16 x 23 cm  
594 pp.

ISBN 968-532-309-7  
ISBN13 978-968-532-309-3

Esta obra está dirigida a estudiantes de nivel medio superior, licenciatura y aquellas personas relacionadas con el área empresarial, quienes hallarán las bases matemáticas de los modelos que utilizan en su análisis de decisiones económicas.

### CARACTERÍSTICAS

- Ejemplifica en forma clara y sencilla lo abstracto de las matemáticas financieras con casos reales actualizados.
- El desarrollo de la solución de los problemas es secuencial, es decir, las operaciones se realiza paso a paso hasta llegar al resultado final; esto permite un reforzamiento del álgebra, que se reflejará una vez terminado el curso.

### CONTENIDO

1. Exponentes y logaritmos.
2. Progresiones aritméticas y geométricas.
3. Interés simple.
4. Interés compuesto.
5. Depreciación.
6. Descuento.
7. Anualidades.
8. Rentas perpetuas.
9. Amortización.
10. Fuentes de financiamiento.

# PROBLEMARIO DE MATEMÁTICAS FINANCIERAS

Es un libro que tiene por objetivo proporcionar al lector una herramienta práctica con la que se ejercite en la solución de problemas sobre casos reales con tendencias al análisis financiero y que son útiles para entender y aprender a hacer buen uso del dinero. El desarrollo de las operaciones en la parte teórica se resuelven paso a paso, hasta llegar a una solución final para ayudar y facilitar el razonamiento del mismo. Los problemas propuestos en él pueden ser utilizados con o sin calculadora electrónica.

### CARACTERÍSTICAS

- El problemario consta de aproximadamente 500 ejercicios para resolver a medida que se avanza en el estudio de las matemáticas financieras.
- Contiene dos secciones de evaluación divididas en tres tipos: las de tipo A, donde el usuario puede consultar su libro de texto, apunte y formulario; los de tipo B, donde sólo podrá emplear su formulario y los de tipo C donde no podrá recurrirse a ningún apoyo y pueda conocer su dominio sobre el tema.
- Al final del problemario se dan las respuestas a los ejercicios para que el lector pueda comprobar sus resultados.

### CONTENIDO

1. Progresiones geométricas y aritméticas. 2. Interés simple. 3. Interés compuesto. 4. Descuento. 5. Depreciación. 6. Anualidades. 7. Rentas perpetuas. 8. Amortización. 9. Ejercicios. 10. Métodos de evaluación financiera en proyectos de inversión.



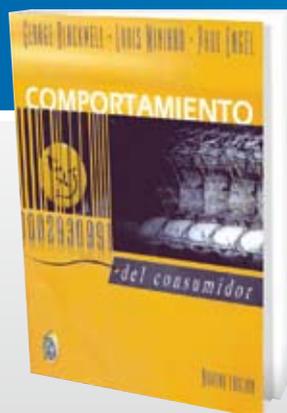
**Abraham Hernández Hernández/  
Abraham Hernández Villalobos et al.**

1a. edición, © 2005  
Formato: 16 x 23 cm  
432 pp.

ISBN 970-686-475-X  
ISBN13 978-970-686-475-8



## COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR



**Roger Blackwell/  
Paul Miniard et al.**

9a. edición, © 2002

Formato: 21 x 27 cm

592 pp.

ISBN 970-686-187-4

ISBN13 978-970-686-187-0

Este texto se centra en cómo y por qué los consumidores toman decisiones específicas y se comportan de cierta forma, lo que atrapa su atención y qué los hace ser leales. Para responder estas interrogantes se analizan las características individuales y grupales que influyen en las decisiones y comportamientos de los consumidores tales como las demográficas, los estilos de vida, la personalidad, los valores, la cultura y la familia.

### CARACTERÍSTICAS

- Se presenta la última versión del modelo del proceso de decisión del consumidor (PDC) con seis niveles: conformación del reconocimiento de la necesidad, investigación, evaluación de las alternativas antes de comprar, compra, consumo y evaluación posterior al consumo.
- Se explican nuevas aplicaciones de la teoría del comportamiento del consumidor durante las compras y la toma de decisiones en Internet.

### CONTENIDO

1. Comportamiento e investigación del consumidor.
2. ¿Cómo el análisis del consumidor afecta la estrategia del negocio?
3. Procesos de decisión del consumidor.
4. Procesos anteriores a la compra: reconocimiento de la necesidad, búsqueda y evaluación.
5. Compra o adquisición.
6. Procesos posteriores a la compra: consumo y evaluación.
7. Demografía, psicología y personalidad.
8. Motivación del consumidor.
9. Conocimiento del consumidor.
10. Intenciones, actitudes, creencias y sentimientos de los consumidores.
11. Cultura, etnicidad y clase social.
12. Influencias familiares y domésticas.
13. Influencia de grupo y personal.
14. Hacer contacto.
15. Modificar la opinión de los consumidores.
16. ¿Cómo ayudar a los consumidores a recordar?

## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Este libro, líder en el mercado, cumple con los requerimientos de contenido necesarios para dar cobertura a uno o más cursos de investigación de mercados.

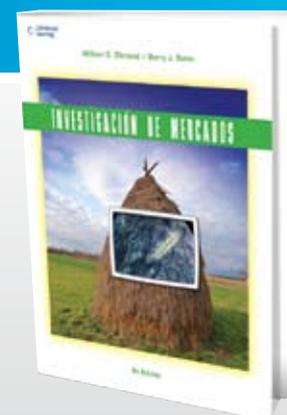
En la obra se estudia el diseño, recolección, análisis y elaboración de informes de datos de investigación de mercados relevantes para las necesidades actuales y futuras de una organización. Se estudian los tipos tradicionales de investigación de mercados tales como los cuestionarios, así como los desarrollos tecnológicos más recientes, incluyendo instrumentos de recolección de datos, herramientas y enfoques prácticos para el análisis de los mismos.

### CARACTERÍSTICAS

- Se enfatiza en cuestiones éticas e internacionales relacionadas con la investigación de mercados.
- Autores de reconocido prestigio, líderes en el mercado.
- Se incluyen casos convencionales por capítulo y otros al final de la obra para trabajarse con bases de datos computarizadas.
- Cada capítulo incluye cobertura de temas relacionados con Internet, así como preguntas y actividades relativas a su uso y aplicación en la investigación de mercados.
- Fuerte énfasis en investigación de mercados cualitativa.

### CONTENIDO

1. El papel de la investigación de mercados. 2. Sistemas de información y administración del conocimiento. 3. El proceso de investigación de mercados. 4. El lado humano de la investigación de mercados: Cuestiones éticas y organizacionales. 5. Definición del problema y la propuesta de investigación. 6. Instrumentos para la investigación cualitativa. 7. Investigación de datos secundarios en la era digital. 8. Investigación por medio de encuestas. 9. Investigación por medio de encuestas: Métodos básicos de comunicación con respuestas. 10. La observación. 11. Investigación experimental. 12. Mercados de prueba y diseño experimental. 13. Medición. 14. Medición de las actitudes. 15. Diseño de cuestionarios. 16. Diseño de muestras y procedimientos de muestreo. 17. Determinación del tamaño de la muestra: Revisión de la teoría estadística. 18. Trabajo de campo. 19. Edición y codificación. 20. Análisis básico de datos. 21. Análisis estadístico univariado. 22. Análisis estadístico bivariado: Diferencias entre dos variables. 23. Análisis estadístico bivariado: Mediciones de asociación. 24. Análisis estadístico multivariado. 25. Comunicación de los resultados de investigación: Informe de investigación, presentación oral y seguimiento de la investigación.



**William G. Zikmund/  
Barry J. Babin**

9a. edición, © 2009

Formato: 21 x 27 cm

704 pp.

**ISBN 970-830-006-3**

**ISBN13 978-970-830-006-3**

**NUEVO**



## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



**Gilbert A. Churchill, Jr.**

4a. edición, © 2002  
Formato: 21 x 27 cm  
830 pp.

ISBN 970-686-188-2  
ISBN13 978-970-686-188-7

Este libro está estructurado de acuerdo con las etapas de la investigación de mercados: formulación del problema, determinación del diseño de la investigación y del método de recolección de datos, las formas de recolectar éstos, el diseño de las muestras y de la recolección de datos, el análisis e interpretación de los datos y preparación del reporte de la investigación, de modo que sea una herramienta útil tanto para los académicos como para los profesionales. Ambos conocerán la interacción entre las partes del proceso de investigación.

### CARACTERÍSTICAS

- En cada capítulo se presenta un “Caso en investigación de mercados”, que se retoma al final del capítulo para ejemplificar cómo se utilizaron los métodos descritos.
- Varias “Ventanas de investigación”, a lo largo del texto, proporcionan una perspectiva de lo que hacen algunas compañías sobre investigación de mercados, además de dar algunas sugerencias específicas que ayudan a comprender mejor los conceptos. Se presentan 38 casos al final de las partes que dividen el texto, con objeto de que el lector aplique las técnicas de investigación de mercados.

### CONTENIDO

1. Función de la investigación de mercados.
2. Agrupamiento de inteligencias de mercado.
3. Proceso de investigación del mercado.
4. Problemas de formulación.
5. Tipos de diseño de la investigación.
6. Diseños de investigación descriptiva y casual.
7. Datos secundarios.
8. Servicios de información de mercado.
9. Recopilación de los datos primarios.
10. Recopilación de la información mediante encuestas.
11. Recopilación de la información por medio de la observación.
12. Diseño del cuestionario o forma de observación.
13. Fundamentos de medición.
14. Medición de las actitudes, percepciones y preferencias.
15. Tipos de muestras y muestreo de simple azar.
16. Muestras estratificadas y grupales.
17. Tamaño del muestreo.
18. Recopilación de datos: Procedimientos de campo y errores por la ausencia de muestreo.
19. Análisis de datos: Pasos preliminares.
20. Análisis de datos: examinación de diferencias.
21. Análisis de datos: Asociaciones de investigación.
22. Reporte de investigación escrito.
23. Reporte de investigación oral.

## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Escrito por un investigador de mercados de tiempo completo (Gates) y por el fundador de la cátedra de esta disciplina en el campus de Arlington de la Universidad de Texas (McDaniel), este libro logra que el estudiante comprenda a fondo todos los aspectos de esta rama del marketing en gran parte gracias a que desmitifica sus aspectos más técnicos.

### CARACTERÍSTICAS

- Lleno de ejemplos y amenas anécdotas reales, además de variedad de recursos pedagógicos; todo surgido de la experiencia de los autores en la misma "línea de fuego".
- Sitúa al lector en el punto de vista del administrador o gerente que adquiere y utiliza la investigación de mercados.
- La parte cuantitativa se explica con claridad y se hace totalmente accesible.

### CONTENIDO

1. El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones administrativas.
2. La industria de la investigación de mercados.
3. Definición del problema y el proceso de la investigación.
4. Datos secundarios y bases de datos.
5. Investigación cualitativa.
6. Investigación por encuestas: el impacto profundo de la Internet.
7. Recolección de datos primarios: la observación.
8. Recolección de datos primarios: la experimentación.
9. El concepto de medición.
10. Uso de escalas de medición para construir un marketing eficaz.
11. Diseño de cuestionarios.
12. Temas básicos de muestreo.
13. Determinación del tamaño de la muestra.
14. Procesamientos de datos y fundamentos de análisis de datos.
15. Pruebas estadísticas de diferencias.
16. Correlación de dos variables y regresión.
17. Análisis multivariado de datos.
18. Comunicación de los resultados de la investigación.
19. Administración de la investigación de mercados y ética en la investigación.



**Carl McDaniel/Roger Gates**

6a. edición, © 2005

Formato: 20 x 26 cm

686 pp.

**ISBN 970-686-366-4**

**ISBN13 978-970-686-366-9**



## FUNDAMENTOS DE MARKETING



**Charles W. Lamb, Jr./  
Joseph F. Hair, Jr. et al.**

4a. edición, © 2006  
Formato: 21 x 27 cm  
572 pp.

**ISBN 970-686-439-3**  
**ISBN13 978-970-686-439-0**

Versión condensada del exitoso título *Marketing* de Charles W. Lamb, Joseph J. Hair *et al.* Presenta lo más actualizado de esta disciplina en cuanto a conceptos, términos y casos reales. Aunque el libro se dirige a cursos introductorios de marketing en áreas no especializadas, los autores incluyen todas las características que los han convertido en uno de los equipos creativos más exitosos del mundo académico.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta un glosario con las diferentes formas en que se conocen algunos términos de marketing en varios países de América Latina y España.
- El capítulo 14, Marketing por Internet está traducido al español en el sitio Web de Cengage Learning, además de estar en el libro.
- Incorpora gran variedad de secciones para que el alumno reflexione y, a la vez, ponga en práctica lo aprendido.
- Edición a color.

### CONTENIDO

1. Panorama general del marketing.
2. Ética, responsabilidad social y el ambiente del marketing.
3. Desarrollo de una visión global.
4. Toma de decisiones del consumidor.
5. Marketing de negocio a negocio.
6. La segmentación de mercados y los mercados meta.
7. Los sistemas de apoyo para las decisiones y la investigación de mercados.
8. Conceptos de productos y de servicios.
9. Desarrollo y administración de productos.
10. Canales de marketing y la administración de la cadena de abastecimientos.
11. Ventas al detalle.
12. Comunicaciones de marketing y ventas personales.
13. Publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas.
14. Marketing por Internet.
15. Conceptos de la fijación de precios.





**K. Douglas Hoffman/  
John E. G. Bateson**

2a. edición, © 2002  
Formato: 19 x 24.5 cm  
570 pp.

**ISBN 970-686-202-1**  
**ISBN13 978-970-686-202-0**

## FUNDAMENTOS DE MARKETING DE SERVICIOS

CONCEPTOS, ESTRATEGIAS Y CASOS

El principal objetivo de los autores es que el lector tome conciencia sobre los problemas específicos que hay en todo tipo de servicio al cliente. La manera de exponer los temas permite flexibilidad al profesor para complementar la obra con materiales propios, debido a que la materia de marketing de servicios es relativamente joven en los planes de estudios. Sin embargo, el nivel de actualización de la obra ubica a los lectores en lo que necesitan saber.

### CARACTERÍSTICAS

- Introduce términos muy actuales en esta rama del marketing, como SERVQUAL, servucción (del vocablo francés *servuction*) o servipanorama (del inglés *servicescapes*).
- Incluye 17 casos reales con desarrollo de actividades.
- Contiene ejemplos de servicio en los negocios electrónicos.
- Presenta una introducción a los servicios electrónicos. Analiza los avances tecnológicos y las expectativas hacia el nuevo milenio.

### CONTENIDO

1. Introducción a los servicios. 2. Diferencias fundamentales entre los bienes y los servicios. 3. Características generales del sector de servicios. 4. Temas del proceso de decisión del consumidor en el marketing de servicios. 5. Temas de ética en el marketing de servicios. 6. Proceso de prestación de servicios. 7. Cómo fijar los precios a los servicios. 8. Cómo preparar la mezcla de comunicación de servicios. 9. Cómo administrar las evidencias físicas de la empresa. 10. Temas relativos a las personas: cómo administrar a los empleados de servicios. 11. Temas de personas: cómo administrar a los clientes de los servicios. 12. Cómo definir y medir la satisfacción de los clientes. 13. Cómo definir y medir la calidad de los servicios. 14. Fallas de los servicios y estrategias para rescatarlos. 15. Cómo retener a los clientes. 16. Reunamos todas las piezas: cómo crear una empresa de servicios articulada.

## GUÍA PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS

UN ENFOQUE GLOBAL

Esta obra se presenta como una guía práctica, comprensible y sencilla para que se emplee en generar nuevos productos, además de mejorar los productos existentes de una empresa con el fin de competir tanto en el ámbito nacional como internacional.

### CARACTERÍSTICAS

- Propone estrategias aplicables a las características, fuerzas, debilidades y condiciones de las empresas, en relación con el entorno y la competencia que enfrentan.
- Plantea estructuras organizativas para detectar oportunidades, generar ideas y desarrollar productos para introducirlos al mercado.
- Provee formatos de las diferentes tareas y etapas durante el desarrollo de productos con el propósito de facilitar su planeación, el diseño, la administración y evaluación.

### CONTENIDO

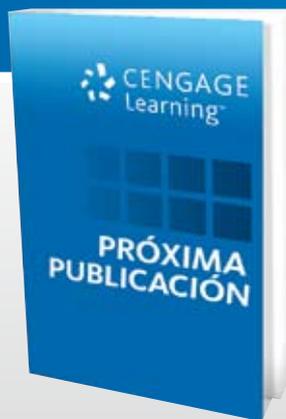
1. Conceptos básicos. 2. Estrategias para el desarrollo de productos. 3. La creatividad y el desarrollo de productos. 4. El proceso de desarrollo de productos. 5. Organización para el desarrollo de productos. 6. Desarrollo de productos para la exportación. 7. La ética en el desarrollo de nuevos productos.



**Alejandro Lerma Kirchner**

3a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
208 pp.

**ISBN 970-686-383-4**  
**ISBN13 978-970-686-383-6**



**Charles W. Lamb Jr./  
Joseph F. Hair et al.**

10a. edición, © 2009  
Formato: 21 x 27 cm  
746 pp.

**ISBN Pendiente  
ISBN Pendiente**

Este libro tiene como característica fundamental proporcionar al lector experiencias de marketing a través de anuncios espectaculares, comerciales de televisión y tiendas de abarrotes, entre otras. Con ello desarrollará la habilidad para reconocer qué tanto los principios del marketing desempeñan un papel importante en su vida diaria.

### CARACTERÍSTICAS

- La nueva característica “Anatomía de” incluye una ilustración de un concepto específico de un capítulo, tales como Anatomía de una empresa multinacional, de las decisiones de compra, del diseño del empaque, del ciclo de vida del producto, de las instalaciones de almacén, de una campaña de marketing integrado, entre otras.
- Marketing del mundo real. Los recuadros globales y de ética, las semblanzas de apertura, y el uso de la ética se integran con ejemplos de marketing de empresas bien conocidas.
- Casos acerca del espíritu emprendedor. Diez nuevos casos de empresas importantes como Netflix, Camelbak, MySpace.com, Kandy Kastle, CurrentTV, entre otras, ilustran experiencias de éxito.

### CONTENIDO

1. Panorama general del marketing.
2. Planeación estratégica para la ventaja competitiva.
3. Ética y responsabilidad social.
4. El ambiente del marketing.
5. Desarrollo de una visión global.
6. Toma de decisiones del consumidor.
7. Marketing de negocios.
8. Segmentación del mercado y mercados meta.
9. Sistemas de apoyo a las decisiones e investigación de mercados.
10. Conceptos de producto.
11. Desarrollo y manejo de productos.
12. Marketing de servicios y de organizaciones sin fines de lucro.
13. Canales de marketing.
14. Administración de la cadena de suministro.
15. Ventas al detalle.
16. Planeación de la promoción para la ventaja competitiva.
17. Publicidad y relaciones públicas.
18. Promoción de ventas y venta personal.
19. Conceptos de fijación de precios.
20. Establecimiento del precio correcto.
21. Administración de las relaciones con el cliente (CRM).

# PRINCIPIOS DE MARKETING

## Y SUS MEJORES PRÁCTICAS

El libro ha sido preparado con la colaboración de expertos en marketing en la que cada uno aporta al texto su pasión por el campo de su especialidad, así como sus experiencias personales y conocimientos singulares de las tendencias más recientes del marketing. En él se analizan las fuerzas del entorno que afectan la estrategia del marketing: fuerzas político-jurídicas, de la competencia, tecnológicas, económicas, socio-culturales y naturales; además incluye los asuntos y tendencias más recientes en el campo de estudio que afectan las decisiones y las estrategias dentro del contexto presente.

### CARACTERÍSTICAS

- Los autores analizan con profundidad la administración de las relaciones con los clientes en el terreno del marketing de negocio a negocio, el marketing de servicios, la venta personal y la administración de ventas.
- Estudia la planeación y estrategias de marketing, los pasos del proceso de la planeación estratégica, así como los fundamentos de la planeación del marketing.
- Se hace hincapié en la importancia que el marketing internacional tiene para el mundo de los negocios, así como de adaptar la estrategia para satisfacer las necesidades de los nuevos mercados mundiales.
- Cuenta con infinidad de apoyos en línea a efecto de que el lector tenga recursos adicionales para mayor asesoría y aprendizaje, como son: ejercicios interactivos y prácticas del marketing electrónico, entre otros.

### CONTENIDO

1. Introducción al marketing.
2. Planeación estratégica y de marketing.
3. Responsabilidad social y ética en marketing.
4. Marketing internacional.
5. Investigación de mercados y sistemas de información de marketing.
6. Comportamiento del consumidor.
7. Marketing de negocio a negocio.
8. Segmentación de mercados y mercados meta.
9. El papel del marketing en el desarrollo de nuevos productos y en la toma de decisiones respectiva.
10. Marketing de servicios.
11. Canales de marketing y distribución.
12. Ventas minorista y mayorista.
13. Comunicación integral de marketing: publicidad, promoción y otros instrumentos.
14. Venta personal y administración de ventas.
15. Estrategias para la determinación y fijación de precios.



**Hoffman/Czinkota et al.**

3a. edición, © 2007  
Formato: 21 x 27 cm  
598 pp.

**ISBN 970-686-490-3**  
**ISBN13 978-970-686-490-1**



## MARKETING AGROPECUARIO

UN ENFOQUE GLOBAL



**Carlos A. J. Molinari**

1a. edición, © 2006

Formato: 16 x 23 cm

192 pp.

ISBN 987-226-651-4

ISBN13 978-987-226-651-6

Este libro es en realidad diferente, ya que surge de una investigación sobre los efectos de la economía de los noventa en el campo para concluir que la diferenciación y el valor agregado son vitales para lograr mayor competitividad en los productos primarios. El desarrollo de los temas se apoya en una inusual cantidad de ejemplos y casos de absoluta actualidad.

### CARACTERÍSTICAS

- Es una obra única en su tipo, dado el campo de aplicación del marketing que se estudia en ella.
- Los temas en estudio responden a la realidad del sector agropecuario en países de América Latina.
- Se trata de un material muy accesible, escrito de modo ameno y con un lenguaje sencillo.

### CONTENIDO

1. El producto primario agropecuario. 2. Las transformaciones en el mercado agropecuario argentino. 3. La estrategia del agronegocio. 4. La distribución comercial del producto agropecuario. 5. Estrategias de comunicación. 6. Producción, mercados compradores y fijación de precios. 7. La estrategia del marketing en el agronegocio: conclusiones.

## Marketing estratégico

### ADMINISTRACIÓN DE MERCADOTECNIA

Un curso de administración de mercadotecnia no debe tratarse como una clase para principiantes. Por otro lado, un texto para los más altos niveles universitarios no debería ser escrito como una enciclopedia. Con base en estas ideas los autores logran balancear las consideraciones teóricas con las prácticas. Entre los temas de mercadotecnia más importantes y contemporáneos que toca este texto, se incluyen el comercio electrónico y un capítulo, único en su género, sobre la estimación de la demanda en el mercado.

### CARACTERÍSTICAS

- Presenta recuadros que muestran cómo actúa la mercadotecnia en situaciones reales.
- La amplia experiencia internacional de los autores está integrada en las secciones sobre las perspectivas de la globalización.
- Al final del libro hay diez casos reales acerca de megacorporaciones, a fin de que el lector los analice y aplique.

### CONTENIDO

1. El campo de la mercadotecnia. 2. Planeación de mercadotecnia. 3. Comprensión del ambiente y la competencia. 4. Comprendiendo al comprador. 5. La investigación de mercados y la información. 6. Estimación de la demanda de mercados. 7. Segmentación del mercado, posicionamiento y asignación de marca. 8. Decisiones sobre producto y servicio. 9. Nuevos productos. 10. Decisiones de asignación de precios. 11. Administración de la cadena de distribución y los proveedores. 12. Diseño de estrategias de promoción y publicidad. 13. Mercadotecnia directa, promoción de ventas y relaciones públicas. 14. Ventas y administración de ventas. 15. El futuro de la mercadotecnia.



**Michael R. Czinkota/  
Masaaki Kotabe**

1a. edición, © 2001

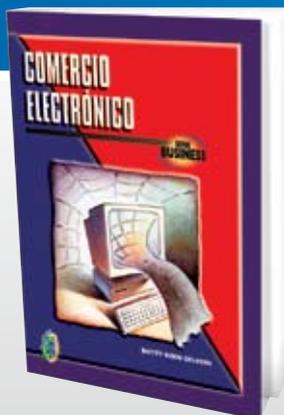
Formato: 21 x 27 cm

600 pp.

ISBN 970-686-045-2

ISBN13 978-970-686-045-3

## COMERCIO ELECTRÓNICO



**Dotty Boen Oeklers**

1a. edición, © 2004  
Formato: 21 x 27 cm  
168 pp.

ISBN 970-686-342-7  
ISBN13 978-970-686-342-3

La era de la tecnología demanda a todas las empresas que inviertan parte de sus utilidades en el desarrollo e implementación de servicios electrónicos, tales como una página Web, una dirección de correo electrónico para sus empleados y un centro de atención a clientes automatizado. Este volumen presenta, desde las cuestiones básicas, todos los elementos que conforman la inmensa red de operaciones electrónicas.

### CARACTERÍSTICAS

En este libro se tratan aspectos tales como:

- Los fundamentos del proceso de ventas en línea.
- La creación de los sitios electrónicos (diseño, formatos, lenguajes de programación, imágenes y espacios para publicidad).
- Distribución y atención al cliente.
- Compras en línea, administración de la información, marketing electrónico y promoción. *Webentrepreneurs* y los retos que enfrentan en el mundo de la tecnología.
- Regulaciones y globalización.

### CONTENIDO

1. ¿Qué es el comercio electrónico? 2. Comercio electrónico de negocio a negocio. 3. Comercio electrónico para consumidores. 4. Detrás de la red. 5. Conexión de las compañías punto.com. 6. Aspectos éticos y legales.

## GERENCIA ESTRATÉGICA DE MERCADEO

El papel fundamental de la gestión de mercadeo lo convierte en un excelente punto de partida para abordar el estudio de los negocios. El mercadeo proporciona el contexto para todas las demás disciplinas gerenciales que apoyan el propósito principal de la creación de valor, tanto para las empresas como para los consumidores.

En esta obra los autores presentan su enfoque novedoso y concreto acerca de la toma de decisiones y de la estrategia de mercadeo en un ambiente dinámico y competitivo como el actual.

### CARACTERÍSTICAS

- Definición de mercadeo y competencia con base en el valor.
- Segmentación, selección del mercado objetivo y posicionamiento.
- Análisis de los tipos básicos de investigación de mercadeo, que permiten el desarrollo del plan de mercadeo.
- Matemáticas básicas de mercadeo, necesarias para la toma de decisiones gerenciales.
- Análisis de la implementación de la estrategia de mercadeo.

### CONTENIDO

1. Concepto de mercadeo. 2. Análisis de situación. 3. Estrategia de mercadeo. 4. Mezcla de mercadeo. 5. Análisis financiero de mercadeo. 6. Plan de mercadeo. 7. Investigación de mercadeo.



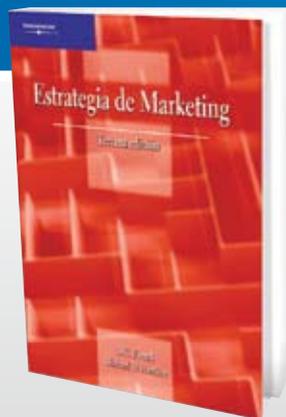
**Michael Metzger/  
Victor Donaire**

1a. edición, © 2008  
Formato: 16 x 23 cm  
145 pp.

ISBN 970-686-755-4  
ISBN13 978-970-686-755-1

**NUEVO**

## ESTRATEGIA DE MARKETING



**O. C. Ferrell/  
Michael D. Hartline**

3a. edición, © 2006  
Formato: 20 x 26 cm  
648 pp.

**ISBN 970-686-496-2**  
**ISBN13 978-970-686-496-3**

Nueva edición que continúa con el enfoque de analizar, planear e implementar estrategias de marketing en concordancia con las diversas áreas funcionales de las organizaciones lucrativas y no lucrativas. La meta final de los autores es inculcar en el lector, la importancia de establecer relaciones a largo plazo con clientes y consumidores. La actualización de esta obra no sólo va según los avances en esta disciplina; también se tomaron en cuenta hechos trascendentales que exigen de los mercadólogos nuevos puntos de vista para lograr el éxito de la organización.

### CARACTERÍSTICAS

- Enfatiza el enfoque del análisis FODA: fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.
- Al final se incluyen 20 casos reales.
- Se añadió un capítulo (12) acerca de la ética y la responsabilidad social.

### CONTENIDO

1. Marketing en la nueva economía. 2. Planeación de marketing estratégico. 3. Análisis situacional: recolección y análisis de información de marketing. 4. Análisis SWOT: un marco de referencia para el desarrollo de una estrategia de marketing. 5. Administración de las relaciones con el cliente. 6. Segmentación de mercados, mercados meta y posicionamiento. 7. Estrategia de productos. 8. Estrategia de precios. 9. Distribución y cadena de abastecimientos. 10. Comunicaciones integradas de marketing. 11. Implementación y control del marketing. 12. Ética del marketing y responsabilidad social.

## PLANNING:

### CÓMO HACER EL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LAS COMUNICACIONES

Esta primera edición en español del libro *How to plan advertising*, del Account Planning Group de Londres, responde a dos objetivos. El primero es acercar al público de habla hispana uno de los libros fundamentales sobre la disciplina del planning. El segundo es presentar, por primera vez, pensamientos y experiencias acerca de la práctica del planning en América Latina en la visión de once expertos profesionales agrupados en el Account Planning Group (APG) Argentina, una asociación que promueve y difunde el planeamiento creativo de la comunicación.

### CARACTERÍSTICAS

- Es un libro único en su tipo, respaldado por el Planning Group de Londres.
- Es un libro claro, informativo y ameno, dedicado a quienes se interesan en la comunicación publicitaria y otras disciplinas asociadas.
- Los temas en estudio responden a la realidad de los países de América Latina.

### CONTENIDO

1. El contexto del planning. 2. El rol de la publicidad. 3. Desarrollando estrategias publicitarias. 4. El planning latinoamericano y el trabajo estratégico. 5. Briefs creativos y briefings. 6. Requerimientos para la creatividad: la perspectiva de un director creativo. 7. Investigación de desarrollo creativo. 8. Evaluación de campaña. 9. El planning latinoamericano y el desarrollo creativo. 10. Planning y planificación de medios. 11. Planning internacional.

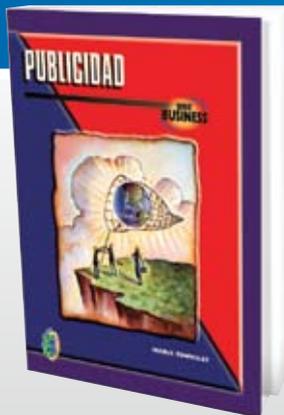


**Alan Cooper (compilador)**

1a. edición, © 2006  
Formato: 16 x 23 cm  
268 pp.

**ISBN 987-22665-2-2**  
**ISBN13 978-987-22665-2-3**

## PUBLICIDAD



**María Townsley**

1a. edición, © 2004  
Formato: 21 x 27 cm  
168 pp.

ISBN 970-686-345-1  
ISBN13 978-970-686-345-4

Uno de los aspectos más importantes y determinantes dentro de las operaciones de una empresa es el dar a conocer sus productos y servicios. Las estrategias de marketing, la planeación y el posicionamiento de una marca son elementos que cualquier empresario debe tomar como punto de partida para su campaña de publicidad. Este volumen se especializa en detallar cada uno de los pasos que conforman el apasionante mundo del marketing y la publicidad de una manera clara y sencilla.

### CARACTERÍSTICAS

Con este libro el lector aprenderá a:

- Detectar las necesidades del consumidor.
- Seleccionar los medios de comunicación que le sean más convenientes a su campaña publicitaria.
- Aplicar la técnica de segmentación de mercados, la estrategia de posicionamiento de marcas en la mente del consumidor y sobre todo, crear mensajes que comuniquen los beneficios del producto que ofrece.
- Elaborar un plan de publicidad.
- Aprender a manejar un presupuesto para promoción y ventas.

### CONTENIDO

1. El poder de la publicidad. 2. La industria de la publicidad. 3. Analiza a tus clientes. 4. Planea tu campaña de publicidad. 5. Crea tu anuncio de publicidad. 6. Coloca tu anuncio de publicidad.

## PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARCA

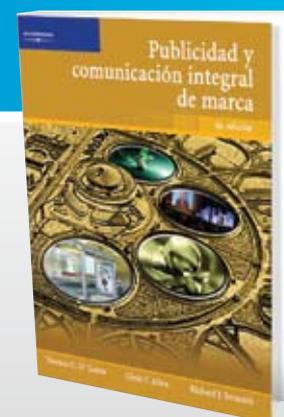
La premisa de este título es mantenerse actualizado según la evolución de la publicidad la cual exige, entre otras cosas, que se utilicen nuevos medios y los medios tradicionales sean usados de diferente manera. Igualmente, se preocupa por presentar un enfoque único, que consiste en un tratamiento multidisciplinario de la publicidad y el comportamiento del consumidor.

### CARACTERÍSTICAS

- Incluye más de 500 anuncios como ejemplos de lo estudiado.
- Contiene también ejemplos latinoamericanos a color.

### CONTENIDO

1. El mundo de la publicidad y la comunicación integral de marca. 2. Estructura de la industria de la publicidad: anunciantes, agencias publicitarias y organizaciones de apoyo. 3. Evolución de la promoción y la publicidad de marcas. 4. Aspectos sociales, éticos y reglamentarios de la publicidad. 5. Publicidad, comunicación integral de marca y comportamiento del consumidor. 6. Segmentación de mercados, posicionamiento y proposición de valor. 7. La publicidad y la investigación en promoción. 8. Planeación publicitaria y comunicación integral de marca. 9. Planeación publicitaria: una perspectiva internacional. 10. Creatividad, publicidad y marca. 11. Estrategia del mensaje. 12. La redacción. 13. Dirección de arte y producción. 14. Estrategia de medios y planeación para la publicidad y la comunicación integral de marca. 15. Planeación de medios: impresos, televisión y radio. 16. Planeación de medios: publicidad y comunicación integral de marca en Internet. 17. Medios de apoyo, patrocinio de eventos y entretenimiento con marcas. 18. Promoción y publicidad en el punto de venta (POP). 19. Marketing directo. 20. Relaciones públicas y publicidad.



**Thomas C. O'Guinn/  
Chris T. Allen et al.**

4a. edición, © 2007  
Formato: 21 x 27 cm  
800 pp.

ISBN 970-686-607-8  
ISBN13 978-970-686-607-3



## PUBLICIDAD UN ENFOQUE LATINOAMERICANO



**Ricardo Fernández Valiñas/  
Rodolfo Urdiain Farcug**

1a. edición, © 2004  
Formato: 16 x 23 cm  
268 pp.

ISBN 970-686-293-5  
ISBN13 978-970-686-293-8

El texto ofrece una visión completa de la actividad publicitaria, partiendo de la revisión del impacto de esta actividad en la economía y la sociedad latina, así como el marco legal de la misma. Ofrece, a diferencia de otros textos de su tipo, el marco mercadológico que da origen a una campaña de publicidad incluyendo también la teoría y práctica necesarias para desarrollar de manera exitosa la actividad publicitaria.

### CARACTERÍSTICAS

- Es un texto escrito con un lenguaje sencillo y completo, que incluye ejercicios y casos prácticos que sirven como herramienta de apoyo para el profesor en el desarrollo de su clase.
- Cuenta también con materiales de apoyo actualizados y acordes a la realidad de América Latina.

### CONTENIDO

1. Impacto económico y social de la publicidad en América Latina. 2. Regulación y ética publicitaria en América Latina. 3. Mercadotecnia y publicidad. 4. El plan de mercadotecnia. 5. Terminología de la publicidad. 6. Planeación de la publicidad. 7. Medios masivos. 8. Medios comerciales. 9. Creatividad. 10. Agencias de publicidad. 11. Medición de la publicidad. 12. Tendencias de la publicidad en América Latina.

## Relaciones públicas

### RELACIONES PÚBLICAS APLICADAS

#### UN CAMINO HACIA LA PRODUCTIVIDAD

Dirigida a estudiantes, empresarios y profesionales de esta actividad, con un enfoque en las cinco funciones principales, esta obra desarrolla la investigación (estudio de las opiniones de grupos de interés internos y externos); planificación (determinar la política básica y el desarrollo de las relaciones públicas); la coordinación (contacto interno con el personal y con el comité encargado de la política a seguir); la administración (el mantenimiento de una organización para el departamento de relaciones públicas), y la producción (comprende publicidad, audiovisuales, boletines y eventos).

### CARACTERÍSTICAS

- Es un texto útil para estudiantes de diversas carreras administrativas y técnicas.
- Elaborado para que las relaciones públicas contribuyan a la rentabilidad de la empresa.
- También funciona como referencia a profesionales dedicados a esta área.

### CONTENIDO

1. Imagen corporativa. 2. Las relaciones públicas. 3. Las relaciones públicas como función de la administración. 4. Los medios de las relaciones públicas. 5. Clasificación de las relaciones públicas. 6. Relaciones públicas internas. 7. Relaciones públicas externas. 8. Difusión de información por medio de publicaciones. 9. Dirección y control de la función de relaciones públicas. 9. Planeación de la función de relaciones públicas. 10. Planeación de la campaña de relaciones públicas. 11. Preparación del programa de relaciones públicas. 12. Organización de la función de relaciones públicas. 13. Dirección de la función de relaciones públicas. 14. El director de relaciones públicas. 15. Control de la función de relaciones públicas. 16. Técnicas de relaciones públicas. 17. Eventos de relaciones públicas. 18. Las relaciones públicas en las empresas pequeñas y medianas. 19. Las relaciones públicas en las instituciones educativas. 20. Las relaciones públicas en los hospitales. 21. Las relaciones públicas en el turismo. 22. Las relaciones públicas en los restaurantes y hoteles. 23. Relaciones públicas gubernamentales. 24. Relaciones públicas internacionales. 25. El consultor de relaciones públicas.



**Salvador Mercado H.**

1a. edición, © 2001  
Formato: 19 x 24.5 cm  
374 pp.

ISBN 970-686-099-1  
ISBN13 978-970-686-099-6

## COMERCIO Y MERCADOTECNIA INTERNACIONAL



**Alejandro Lerma Kirchner**

3a. edición, © 2004  
436 pp.

ISBN 970-686-290-0  
ISBN13 978-970-686-290-7

El libro tiene como propósito facilitar al lector una guía integral, didáctica y práctica en el aprendizaje y aplicación de la mercadotecnia internacional y del comercio exterior. Dirigido principalmente a estudiantes de las asignaturas relacionadas con la temática del libro en las licenciaturas de administración, mercadotecnia, negocios internacionales y comercio internacional, principalmente, así como a empresarios que desean iniciarse en la exportación de los bienes o servicios que producen.

### CARACTERÍSTICAS

- Aunque la temática del libro es global, su enfoque lo hace más aplicable a las características y problemática del comercio exterior latinoamericano, en comparación con otros libros del tema.
- Se adicionó un nuevo capítulo relativo a la logística del comercio exterior que incluye diversos elementos de importación.
- Contiene prácticas donde el alumno podrá ejercitarse en los procedimientos para el comercio exterior y lo relacionado al producto, así como ejercicios y cuadros de datos asociados con el comercio exterior de 192 países.

### CONTENIDO

1. Conceptos de mercadotecnia y comercio internacional.
2. ¿Cómo desarrollar un plan de negocios?
3. ¿Cómo desarrollar un plan de exportación?
4. El estudio producto-mercado.
5. Análisis de competitividad.
6. El mercado internacional.
7. El producto.
8. El precio.
9. La promoción.
10. Logística de exportación.
11. Formatos de diversos estudios de comercio internacional.

## MARKETING INTERNACIONAL

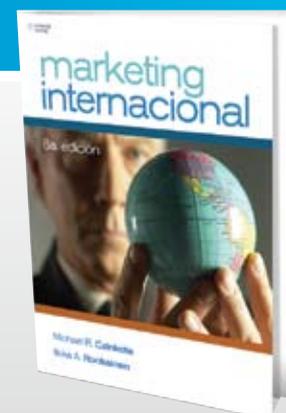
Este libro, líder en el mercado de esta materia, combina de forma equilibrada experiencias en la investigación y en los negocios y presenta un panorama muy completo del marketing internacional, desde cómo iniciar operaciones continuando con el ingreso a nuevos mercados hasta llegar a la mejor manera de formar alianzas efectivas y a las cuestiones que enfrentan las grandes empresas globales.

### CARACTERÍSTICAS

- Se incorporan temas de actualidad y cuestiones polémicas como globalización, terrorismo, propiedad intelectual, ética y ciudadanía corporativa.
- Enfoque en el ambiente físico y la geografía.
- Atención mayor a las economías en desarrollo y en transición y énfasis en la evolución del papel de la OMC.
- Numerosos casos con situaciones de negocios reales.

### CONTENIDO

1. El apremiante marketing internacional.
2. Instituciones comerciales y política comercial.
3. El entorno cultural.
4. El entorno legal y político.
5. Planeación estratégica.
6. Organización de marketing, implementación y control.
7. Investigación.
8. Ingreso y expansión del mercado.
9. Adaptación del producto.
10. Fijación de precios de exportación.
11. Comunicación de marketing.
12. Administración de la distribución.
13. Administración de productos y marcas globales.
14. Servicios globales.
15. Logística global y administración de materiales.
16. Fijación de precios global.
17. Estrategias de promoción globales.



**Michael R. Czinkota/  
Ilkka A. Ronkainen**

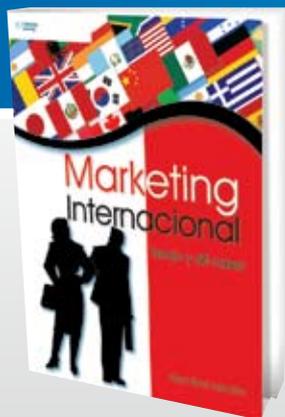
8a. edición, © 2008  
Formato: 21 x 27 cm  
684 pp.

ISBN 970-686-827-5  
ISBN13 978-970-686-827-5

**NUEVO**

## MARKETING INTERNACIONAL

TEORÍA Y 50 CASOS PRÁCTICOS



**Hyun-Sook Lee Kim**

1a. edición, © 2009

Formato: 20 x 26 cm

520 pp.

ISBN 970-686-842-9

ISBN13 978-970-686-842-8

**NUEVO**

Esta obra es de amplio interés por sus características singulares, ya que está escrita considerando el entorno de los países de habla hispana y casos específicos de empresas de enorme prestigio, incluyendo varias del mundo de habla hispana.

Es una de las materias más dinámicas que pueden estudiarse en el área de marketing.

### CARACTERÍSTICAS

- Se incorporan teoría y casos de actualidad de empresas de gran prestigio.
- La obra está sumamente actualizada y está escrita con un enfoque para países de habla hispana.
- Incluye aspectos como diferencias culturales, de legislación y logística, que son fundamentales para elaborar planes de marketing efectivos.
- Constituye una guía para empresas que buscan proyección internacional.

### CONTENIDO

1. Diferencias entre marketing internacional y comercio internacional. 2. Marketing global. 3. Variables económicas. 4. Variables culturales. 5. Variables demográficas. 6. Variables geográficas. 7. Variables político-legales. 8. Variables financieras. 9. Estrategias para el acceso a mercados extranjeros. 10. Segmentación de mercados extranjeros. 11. Estrategia de producto internacional. 12. Estrategia de precio internacional. 13. Estrategia de promoción internacional. 14. Estrategia de canales de distribución. 15. Planeación de marketing internacional. 16. Organización de marketing internacional. 17. Control de marketing internacional. 18. El entorno para el futuro. 19. La estrategia de marketing internacional para el futuro.

## NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ante el compromiso de ser verdaderos líderes en el mercado, los autores presentan ahora grandes innovaciones: por ejemplo, temas como el flujo de inversión aparecen cerca del principio del texto; tópicos de transparencia y gobierno corporativo se tocan más cuidadosamente para responder al entorno actual; el contracomercio se cubre junto con administración financiera multinacional. Éstas y las siguientes características conforman este seguro nuevo éxito de Czinkota, Ronkainen y Moffett.

### CARACTERÍSTICAS

- Explora asuntos candentes, como distribución de medicamentos patentados en países pobres; desarrollo de alimentos genéticamente tratados o pago de derechos de propiedad intelectual.
- Analiza el sistema monetario internacional, incluyendo la gran aceptación del euro.
- Analiza detalladamente el papel de la tecnología en esta disciplina, incluyendo ventajas y desventajas.

### CONTENIDO

1. El imperativo de los negocios internacionales. 2. Cultura. 3. Políticas de comercio y de inversión. 4. Política y leyes. 5. Teoría del comercio y de la inversión. 6. La balanza de pagos. 7. Mercados financieros. 8. Integración económica. 9. Mercados emergentes. 10. Construyendo la base de conocimientos. 11. Ingreso y expansión. 12. Planeación estratégica. 13. Organización, implementación y control. 14. Marketing. 15. Servicios. 16. Logística y administración de la cadena de abastecimientos. 17. Administración financiera. 18. Gobierno corporativo, contabilidad e impuestos. 19. Administración de recursos humanos.



**Michael R. Czinkota/  
Ilkka A. Ronkainen et al.**

7a. edición, © 2007

Formato: 21 x 27 cm

816 pp.

ISBN 970-686-610-8

ISBN13 978-970-686-610-3

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA

El objetivo de este libro es presentar al lector un proceso científico útil y práctico para la investigación en ciencias sociales aplicadas, y le ofrezca una certeza científica al profesional en la toma de decisiones. El autor describe los procedimientos científicos para realizar protocolos de investigación en el área económico-administrativa y otorga los planteamientos metodológicos básicos para la realización del trabajo científico.

#### CARACTERÍSTICAS

- Contiene apoyos didácticos para el catedrático y el alumno como objetivos de aprendizaje, resumen de capítulo, cuestionarios, ejercicios y casos prácticos.
- Se incluyen también innumerables esquemas y ejemplos de aplicaciones reales.
- El objetivo de esta nueva edición es otorgar al lector aquellos procesos metodológicos y de investigación científica que sean útiles para el desarrollo intelectual y científico del estudiante.
- La actual edición está dividida en dos partes: la primera expone los procesos metodológicos para el desarrollo intelectual y científico del lector; la segunda parte detalla los procesos de investigación para el desarrollo de la inteligencia científica.

#### CONTENIDO

Primera parte: Procesos metodológicos para el desarrollo intelectual y científico.

1. Metodología intelectual.
2. Ciencia, técnica, método y obra intelectual.
3. Conocimiento y pensamiento científico.
4. El método científico de investigación.

Segunda parte: Procesos de investigación para el desarrollo de la inteligencia científica.

5. La investigación científica y las etapas del desarrollo investigador.
6. El tema de investigación y el planteamiento del problema.
7. La información y el acopio de antecedentes de la investigación.
8. Variables científicas y el marco teórico de trabajo.
9. Hipótesis científica.
10. Planeación de la muestra y el muestreo.
11. Métodos de investigación.
12. Tratamiento, procesamiento y análisis de datos.
13. Comunicación efectiva.
14. Presentación de trabajos de investigación.



**Maurice Eyssautier  
de la Mora**

5a. edición, © 2006

Formato: 16 x 23 cm

316 pp.

ISBN 970-686-384-2

ISBN13 978-970-686-384-3



## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CONTABLE



**Arturo Elizondo López**

3a. edición, © 2002  
Formato: 19 x 24.5 cm  
456 pp.

ISBN 970-686-243-9  
ISBN13 978-970-686-243-3

El libro viene a satisfacer la carencia de bibliografía especializada en investigación contable que existe en las instituciones educativas que imparten cátedra de Metodología de la investigación para estudiantes en contaduría, demostrando al mismo tiempo que el método científico es plenamente aplicable y de gran utilidad en el área. Consta de dos capítulos que aluden a la investigación contable y aborda en cinco capítulos el proceso de la investigación documental.

### CARACTERÍSTICAS

- Las unidades teórico-prácticas se ilustran con ejemplos y ejercicios.
- Los capítulos finalizan con una sinopsis con el propósito de ampliar la visión del estudiante respecto a su ámbito profesional.
- La última parte del libro presenta una guía de estudio, que comprende los cuestionarios y sus respuestas, los ejercicios con solución y la opción correcta en el caso de la autoevaluación.

### CONTENIDO

1. La investigación científica. 2. La investigación contable. 3. Planeación de la investigación documental. 4. Recopilación de datos en la investigación documental. 5. Procesamiento de datos en la investigación documental. 6. Interpretación de la información en la investigación documental. 7. Comunicación de resultados de la investigación documental. 8. Planeación de la investigación de campo. 9. Recopilación de datos en la investigación de campo. 10. Procesamiento de datos en la investigación de campo. 11. Interpretación de la información en la investigación de campo. 12. Comunicación de resultados de una investigación de campo.

## TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

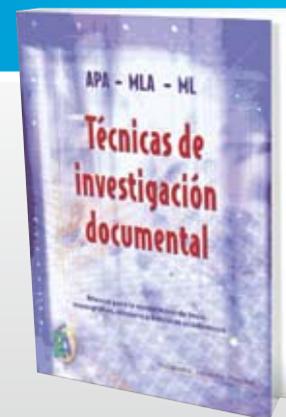
Aprender a hacer una tesis parece una tarea difícil, porque la investigación requiere la lectura de varios libros. Algunos estudiantes no logran terminar una tesis, porque aunque han leído e investigado no saben cómo organizar su material recopilado. Por medio de este libro se pretende mostrar al alumno universitario tres métodos o modelos editoriales que le ayuden a integrar de manera rápida y eficaz la información en una tesis.

### CARACTERÍSTICAS

- Se proponen tres modelos que gozan de gran prestigio y aceptación en el ámbito académico: de la Asociación Americana de Psicología (APA), de la Asociación de Lenguas Modernas (MLA) y el Modelo Latino (ML). En ellos se describe cómo presentar el informe académico, y explica cómo documentar fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas.

### CONTENIDO

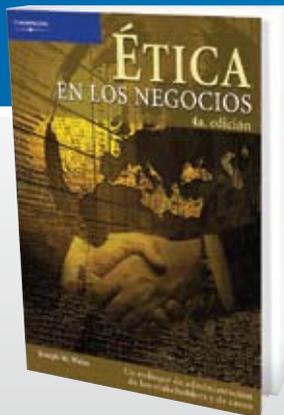
1. Aspectos metodológicos. 2. Sistemas de información. 3. Selección del tema. 4. Técnicas de investigación documental. 5. Redacción de un informe académico. 6. Modelo editorial de la Asociación Americana de Psicología (APA). 7. Modelo editorial de la investigación de Lenguas Modernas (MLA). 8. Modelo editorial Latino (ML).



**Yolanda Jurado Rojas**

1a. edición, © 2002  
Formato: 16 x 23 cm  
236 pp.

ISBN 970-686-245-5  
ISBN13 978-970-686-245-7



**Joseph W. Weiss**

4a. edición, © 2006  
Formato: 19 x 24.5 cm  
548 pp.

**ISBN 970-686-632-9**  
**ISBN13 978-970-686-632-5**

## ÉTICA EN LOS NEGOCIOS

UN ENFOQUE DE ADMINISTRACIÓN DE LOS *STAKEHOLDERS* Y DE CASOS

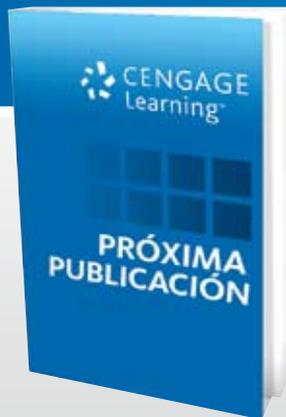
Este libro proporciona las herramientas prácticas que posibilitan el manejo de los dilemas morales que el lector encontrará en el ambiente de trabajo y en el mundo. Así estará preparado cuando tenga que enfrentarse a estas decisiones éticas inevitables. Aborda los aspectos controversiales de la ética en los negocios que deben confrontar los individuos, los grupos, las corporaciones y aún las naciones, todos los días y en formas muy variadas. Muestra además la manera en la que difieren las consecuencias con cada persona o grupo que se ve involucrado.

### CARACTERÍSTICAS

- Contiene casos actualizados gracias a los cuales el lector aprenderá mediante la práctica al trabajar con escenarios de la ética de negocios que representan un gran desafío. En estos casos el alumno aplicará el material que se presenta en el texto a situaciones novedosas del mundo real.
- Cobertura contemporánea. Para asegurar que el contenido del libro sea interesante y relevante para la vida del lector, el autor hace énfasis en los tópicos contemporáneos e internacionales que se relacionan con la ética en los negocios.
- Incluye realidades corporativas y políticas de actualidad, ya que se presentan análisis novedosos de eventos recientes que ocurren en el entorno corporativo y político.

### CONTENIDO

1. Ética en los negocios, el ambiente cambiante y la administración de *stakeholders*.
2. Enfoques de administración de los *stakeholders* y de casos.
3. Principios éticos, pruebas rápidas y lineamientos para la toma de decisiones.
4. La corporación y los *stakeholders* externos.
5. La corporación y los *stakeholders* internos.
6. *Stakeholders* empleados y la corporación.
7. Ética en los negocios, administración de los *stakeholders* y corporaciones multinacionales en el ambiente global.



**Alberto Hernández**  
(coordinador)

1a. edición, © 2009  
Formato: 20 x 26 cm  
ISBN 970-686-629-9  
ISBN13 978-970-686-629-5

## ÉTICA ACTUAL Y PROFESIONAL

### LECTURAS PARA LA CONVIVENCIA GLOBAL EN EL SIGLO XXI

¿Qué es ética? Lo que se entiende por ética puede ser muy heterogéneo, aunque todo apunte en la misma dirección, hacia lo bueno frente a lo nocivo o lo indeseable. La ética es una preocupación permanente del ser humano, pero su circunstancia es cambiante. Debemos hablar de ética pues de otro modo podemos cometer errores terribles en el manejo de nuestras herramientas científicas y tecnológicas, en la administración de nuestras empresas comerciales, en la selección de nuestras formas de gobierno y de nuestros gobernantes, en la superación de las fronteras de nuestro conocimiento sobre la naturaleza externa y la naturaleza en nosotros mismos. Necesitamos la ética ya que nuestra vida está constantemente haciéndose y requiriéndonos decisiones, convirtiendo en realidades lo que en principio son sólo bosquejos de nuestra imaginación. No obstante, ése es un campo muy amplio, lo suficiente como para dejar lugar a muchas trayectorias diferentes. Así que, respetando las convicciones y opiniones del lector, le proponemos estudiar tres objetivos que, por lo general, se le atribuyen a la ética: la búsqueda de la mejor vida que cada uno puede vivir, el establecimiento de una jerarquía de contenidos morales y las reglas primeras de la convivencia.

Este libro es una invitación a evitar la conformidad y la banalización de nuestras sociedades industrializadas.

#### CARACTERÍSTICAS

- Cubre el programa de Ética del ITESM y de otras instituciones..
- Exposición clara de los temas.
- Ejemplos actuales.
- Sugerencias bibliográficas con comentarios en cada capítulo.

#### CONTENIDO

Primera parte. En busca de la ética.

1. El estudio de la ética y las morales particulares.
2. La ética y la vida.
3. Presupuestos epistemológicos y antropológicos de la ética.
4. Desarrollo moral.
5. La industria de la cultura y su influencia en la formación del carácter narcisista.

Segunda parte. Debates de ética contemporánea.

6. La ética y los derechos humanos.
7. Discriminación y tolerancia.
8. Ética y cultura: la importancia de la racionalidad hermenéutica.
9. Ética y desarrollo.
10. Ética en la ciencia.
11. Complejidad social y corrupción.
12. El conocimiento que viene: la bioética.

Tercera parte. Bases de la ética profesional.

13. La ética profesional frente a la ética general.
14. Trabajo y profesión en la vida contemporánea.
15. Valores éticos empresariales.
16. Ética interna en las organizaciones lucrativas.
17. Ética en el derecho.
18. Ética y política.

## RELACIONES HUMANAS

Este libro es uno de los más completos sobre relaciones humanas. Su objetivo principal es conectar al lector a los temas, desafíos y aplicaciones que encontrará en el Siglo XXI. Ofrece una visión dinámica y realista de las relaciones humanas y pone de relieve los desafíos que los empleados afrontan hoy: la diversidad y los aspectos globales, el impacto de la tecnología y de Internet, además de la ética y la responsabilidad social.

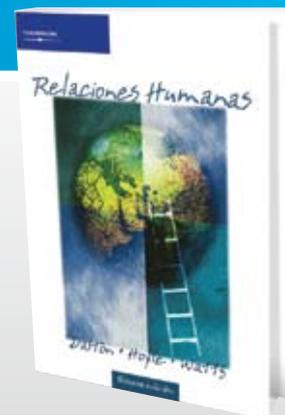
Asimismo, destaca los intereses personales y profesionales de las empresas modernas: la comunicación en el lugar de trabajo, la solución creativa de problemas, el servicio al cliente, la dinámica de grupos y el trabajo en equipo, la dinámica del cambio y las estrategias para buscar empleo y planear la carrera.

### CARACTERÍSTICAS

- Recuadros “Conexiones” sobre tecnología, temas globales, diversidad y problemas éticos.
- Estudios de casos en las noticias con lecturas y temas para discusión tomados de los encabezados actuales relacionados con la administración.
- Preguntas en los recuadros “Charla rápida” para repaso, discusión y reflexión personal a lo largo de los capítulos.
- Proyectos del capítulo con aplicaciones de la comunicación en el lugar de trabajo.
- Los recuadros “Citas ingeniosas” ofrece estrategias hechas por expertos en relaciones públicas y en administración, así como de otras disciplinas.
- Aplicaciones para discusión en grupos pequeños y para representación de papeles.
- Reorganización de los capítulos para reflejar las tendencias actuales de recursos humanos.

### CONTENIDO

1. Relaciones humanas: la clave del éxito personal y profesional. 2. Percepción: diversas formas de ver el mundo. 3 Motivación: maximización de la motivación. 4. Comunicación: la habilidad esencial. 5. Resolución creativa de problemas: cómo tomar buenas decisiones. 6. El trabajo dentro de la organización: estructura y atmósfera. 7. Dinámica de grupos: las ventajas de trabajar con otros. 8. Trabajo en equipo: cómo convertirse en elemento valioso de un equipo. 9. Diversidad: un imperativo de las empresas. 10. Establecimiento de metas: pasos hacia el futuro. 11. Liderazgo: estilos y habilidades de un buen líder. 12. En busca del poder: posicionamiento y política. 13. El cambio: una constante en un mundo inconstante. 14. Expectativas en el lugar de trabajo: reglas de urbanidad corporativa. 15. Ética laboral: actitud y responsabilidades del empleado. 16. Derechos de los empleados: necesidad de respetarse mutuamente. 17. Cómo mantener el equilibrio: en el trabajo y en la vida. 18. Administración de la carrera: asegure su futuro.



**Marie Dalton/  
Dawn Hoyle et al.**

3a. edición, © 2007  
Formato: 20 x 26 cm  
636 pp.

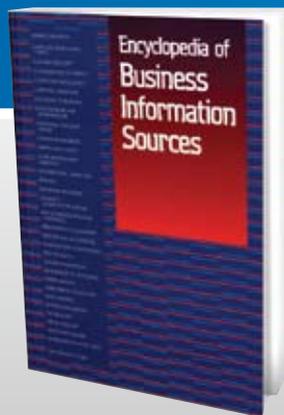
**ISBN 970-686-650-7**  
**ISBN13 978-970-686-650-9**





Gale





**NUEVA EDICIÓN**

## ENCYCLOPEDIA OF BUSINESS INFORMATION SOURCES

Cada edición actualizada de esta detallada obra identifica casi 35,000 fuentes de información vivas, impresas y electrónicas, incluidas en más de 1,100 temas ordenados alfabéticamente: conceptos y prácticas de las industrias y negocios. Editada por el experto en información de negocios James Woy.

23a. edición  
con aproximadamente  
1200 pp.  
**ISBN 978-0-7876-9703-7**  
**(0-7876-9703-6)\*.**  
**No. de pedido GML00108-99828.**

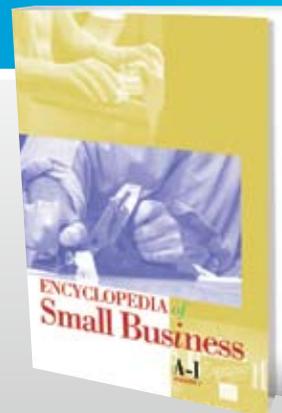
## ENCYCLOPEDIA OF SMALL BUSINESS

*Library Journal Best Reference Source*

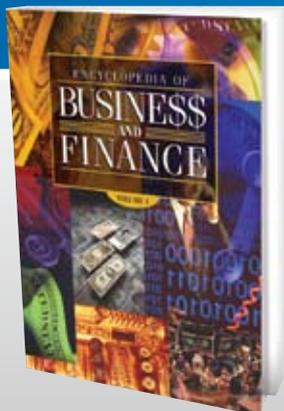
Esta práctica y completa fuente de referencia impresa está diseñada para ofrecer a los empresarios información sobre instrucciones que pueden aplicar en sus propios negocios. La *Encyclopedia* contiene artículos detallados y descripciones generales de todas las necesidades de información fundamental de los propietarios de pequeños negocios e incluye temas sobre financiamiento, planeación financiera, elaboración de planes de negocio, análisis de mercado, estrategias de ventas, planeación de impuestos y más. 

3a. edición  
con aproximadamente  
1200 pp. en 2 volúmenes, 2006.  
**ISBN 978-0-7876-9112-7.**  
**(0-7876-9112-7)\*.**  
**No. de pedido GML00108-94858.**

Ahora disponible.  
**eBook ISBN 978-1-4144-1040-1.**  
**(1-4144-1040-9)\*.**  
**No. de pedido GML00108-225995.**



## ENCYCLOPEDIA OF BUSINESS & FINANCE



*“Accesible para estudiantes de preparatoria y universidad, personas no expertas, gente de negocios e investigadores, este extraordinario trabajo de referencias se convertirá, con rapidez, en un clásico y se utilizará bastante en todos los tipos de bibliotecas”*

— Reference Books Bulletin/Booklist  
(1o. y 15 de junio de 2001)

Diseñada para la gente no especializada, *Encyclopedia of Business and Finance* es una fuente completa que abarca temas sobre finanzas, banca, contabilidad, mercadotecnia, dirección y sistemas de información. Entre los colaboradores se incluyen estudiantes de negocios y académicos de programas de negocios líderes. Esta nueva segunda edición, totalmente modificada, incluye 315 ensayos firmados. 

2a. edición  
con 794 pp. en 2 volúmenes, 2006.  
**ISBN 978-0-02-866061-5.**  
**(0-02-866061-7)\*.**  
No de pedido GML00108-221050.

Ahora disponible.  
**eBook ISBN 978-0-02-866081-3.**  
**(0-02-866081-1)\*.**  
No. de pedido  
GML00108-225994.

## SMALL BUSINESS SOURCEBOOK

En esta guía anotada anual de dos volúmenes usted descubrirá más de 27,000 entradas de fuentes de información vivas e impresas diseñadas para facilitar el inicio, desarrollo y crecimiento de pequeños negocios específicos. También incluye más de 29,000 entradas similares para temas de negocios pequeños.

22a. edición con aproximadamente  
3900 pp. en 2 volúmenes, 2007.

**ISBN 978-0-7876-8856-1**  
**(0-7876-8856-8)\*.**

No. de pedido GML00108-193759.

23a. edición con aproximadamente  
3900 pp. en 2 volúmenes.

**ISBN 978-0-7876-9950-5**  
**(0-7876-9950-0)\*.**

No. de pedido GML00108-220081.

24a. edición con aproximadamente  
3900 pp. en 2 volúmenes.

Lista para octubre de 2008.

**ISBN 978-1-4144-2175-9**  
**(1-4144-2175-3)\*.**

No. de pedido GML00108-230941.



**NUEVA EDICIÓN**



Este símbolo denota los títulos que están disponibles en formato electrónico.  
Pregunte a su representante para mayor información.

## MARKET SHARE REPORTER



NUEVA EDICIÓN

Con una cobertura mundial en un nuevo formato de dos volúmenes, *Market Share Reporter* presenta estadísticas de negocio comparativas en una manera clara y sencilla y proporciona una descripción general de compañías, productos y servicios internacionales. Un orden práctico mediante códigos SIC de cuatro dígitos permite a los investigadores y a los responsables de la toma de decisiones de negocios lograr un acceso fácil a los datos necesarios de más de 2,000 entradas. Cada entrada presenta un título descriptivo; una descripción de datos y de mercado; una lista de productores y productos junto con la participación de mercado de los mismos y más (anteriormente se publicó como *Market Share Reporter and World Market Share Reporter*).

Edición 2007,  
con aproximadamente 1000 pp.  
en 2 volúmenes, 2006.  
**ISBN 978-0-7876-8609-3**  
(0-7876-8609-3)\*.  
No. de pedido GML00108-193512.

Edición 2008,  
con aproximadamente 1000 pp.  
en 2 volúmenes, 2007.  
**ISBN 978-0-7876-8610-9**  
(0-7876-8610-7)\*.  
No. de pedido GML00108-193513.

Edición 2009,  
con aproximadamente 1000 pp.  
Lista para septiembre de 2008.  
**ISBN 978-1-4144-0871-2**  
(1-4144-0871-4)\*. No. de pedido  
GML00108-226237.

## BUSINESS & COMPANY RESOURCE CENTER



*Business & Company Resource Center* reúne una amplia variedad de información de negocios mundial que permite a los usuarios investigar, de manera eficiente, sobre estudios de casos de negocio, inteligencia competitiva y oportunidades profesionales y de inversión.

La base de datos incluye:

- Perfiles de empresas, relaciones corporativas principales y secundarias.
- Clasificación de la industria.
- Reportes de inversión.
- Estadísticas de la industria.
- Datos de mercadotecnia sobre los consumidores.
- Reportes sobre tecnologías emergentes.
- Noticias y análisis de boletines informativos de la industria.
- Cobertura mundial.



**Capacítate en casa**  
...o donde tú quieras

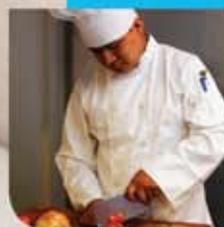


**MOBILE EDUCATION**  
BY CENGAGE Learning™

- A tu propio ritmo.
- Sin importar tu edad u ocupación.
- Temas prácticos y de aplicación inmediata.
- Con atención personalizada de un profesor.

Cursos **100%**  
garantizados

Conoce nuestro  
catálogo de  
**audiolibros**



**Educación en constante movimiento**

- Técnico en Energía Solar • Yoga • Naturopatía
- Auxiliar de Enfermería • Belleza • Cocina Profesional
- Decorador Profesional • Educadora Preescolar • Estilista
- Gastronomía • Inglés • Relajación y Desarrollo Personal

[www.cengageeducacion.com](http://www.cengageeducacion.com)

**01800 08 EDUCA**