



Harvard - Deusto. Selección de artículos 4

Sterling Livingston, J.
Katz, Robert L.
Mintzberg, Henry
Donhman, Paul
Hackman, J. Richard
Myers, M. Scott
Prince, George M.
Foy, Nancy
Gadon, Herman
Scobel, Donald N.
Moore, Leo B.
Argyris, Chris
Lietaer, Bernard A.
McLean, John G.
Hlavacek, James D.
Dovey, Brian H.
Biondo, John J.
Leer, Karl van
Davidson, J. Hugh
Corey, E. Raymond
Skinner, Wickham
Dean, Neal J.
Burnett, Gerald J.
Nolan, Richard L.

Deusto,
1979

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vODYyMzY5MA>

Título: Harvard - Deusto. Selección de artículos 4

Editorial: Bilbao Deusto 1979

Descripción física: 20 v. 29 cm

Mención de serie: Harvard Business Review 61-80

Contenido: 61: Pigmalión y la dirección de empresas / por J. Sterling Livingston - 62: Cualidades que debe tener un director eficaz / por Robert L. Katz - 63: Planificar con el lado izquierdo y dirigir con el derecho / por Henry Mintzberg - 64: ¿Es la dirección de empresas una profesión? / por Paul Donham - 65: ¿Es el enriquecimiento del trabajo una moda pasajera? / por J. Richard Hackman - 66: ¿Quiénes son los trabajadores motivados? / por M. Scott Myers - 67: Cómo dirigir mejor una reunión / por George M. Prince - 68: La participación del trabajador : la experiencia de tres países / por Nancy Foy y Herman Gadon - 69: La rebelión contra el mono de taller / por Donald N. Scobel - 70: Cómo dirigir una política de mejoras / por Leo B. Moore - 71: El comportamiento del PDG es clave para el desarrollo organizativo / por Chris Argyris - 72: Protección contra el riesgo monetario de las operaciones exteriores / por Bernard A. Lietaer - 73: La valoración de nuevas inversiones / por John G. McLean - 74: Combinar la tecnología de la pequeña empresa con la capacidad comercial de la gente / por James D. Hlavacek, Brian H. Dovey y John J. Biondo - 75: Un marketing industrial creativo / por R. Karl van Leer - 76: Por qué fracasan la mayoría de las nuevas marcas de productos de consumo / por J. Hugh Davidson - 77: Opciones críticas de la selección de mercados y de la planificación de productos / por E. Raymond Corey - 78: La producción en apuros / por Wickham Skinner - 79: El ordenador está madurando / por Neal J. Dean - 80: Por fin desempeñan los miniordenadores un papel importante / por Gerald J. Burnett y Richard L. Nolan

Copyright/Depósito Legal: BI 801-1979

ISBN: 84-234-0411-0 obra completa) 84-234-0410-2 61) 84-234-0412-9 62) 84-234-0413-7 63) 84-234-0414-5 64) 84-234-0415-3 65) 84-234-0416-1 66) 84-234-0417-X 67) 84-234-0418-8 68) 84-234-0419-6 69) 84-234-0420-X 70) 84-234-0421-8 71) 84-234-0422-6 72) 84-234-0423-4 73) 84-234-0424-2 74) 84-234-0425-0 75) 84-234-0426-9 76) 84-234-0427-7 77) 84-234-0428-5 78) 84-234-0429-3 79) 84-234-0430-7 80)

Materia: Gestión empresarial Organización de la empresa Marketing

Autores: Sterling Livingston, J. Katz, Robert L. Mintzberg, Henry Donhman, Paul Hackman, J. Richard Myers, M. Scott Prince, George M. Foy, Nancy Gadon, Herman Scobel, Donald N. Moore, Leo B. Argyris, Chris Lietaer, Bernard A. McLean, John G. Hlavacek, James D. Dovey, Brian H. Biondo, John J. Leer, Karl van Davidson, J. Hugh Corey, E. Raymond Skinner, Wickham Dean, Neal J. Burnett, Gerald J. Nolan, Richard L.

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es