

1. Record Nr.	UNINA9910398206403321
Autore	Cordoba Padilla Marcial
Titolo	Formulacion y evaluacion de proyectos [[recurso electronico] /] / Marcial Cordoba Padilla
Pubbl/distr/stampa	Bogota, : Ecoe Ediciones, 2011
ISBN	1-4619-1216-4 1-4492-6196-5
Edizione	[2a. ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (362 p.)
Collana	Textos universitarios. Administracion
Disciplina	658404
Soggetti	Evaluacion de Proyectos Administración de Proyectos Libros electrónicos
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS; PAGINA LEGAL; TABLA DE CONTENIDO; TABLAS DE GRAFICAS; INTRODUCCION; JUSTIFICACION; OBJETIVO GENERAL; OBJETIVOS ESPECIFICOS; RESUMEN EJECUTIVO; PRIMERA UNIDAD; SEGUNDA UNIDAD; 2 DEFINICION DEL PROYECTO; 2.1 EL PROCESO DE DEFINICION; Inconvenientes en el proceso de definicion del proyecto y causas mas comunes; 2.2 . LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO; Definicion e identificacion de la poblacion objetivo; Algunos temas relativos a los beneficiarios a tener en cuenta en la formulacion y evaluacion de los proyectos; 2.3. ENTIDAD EJECUTORA 2.4. NECESIDADES A SATISFACER Objetivo; Importancia; Productos o servicios a ofrecer; 2.5. JUSTIFICACION DEL PROYECTO; Aportes sociales; Aportes economicos; Aportes tecnologicos; Aportes ambientales; 2.6. METODOLOGIA PARA LA ELABORACION DEL PROYECTO; 2.7. MARCO LOGICO; ¿Que es el sistema de marco logico?; ¿Que nos permite el marco logico de proyectos?; Definicion del marco logico; Resumen; Evaluacion; Lectura complementaria; TERCERA UNIDAD; 3. ESTUDIO DE MERCADO; 3.1 ANTECEDENTES; Objetivos; Ventajas y desventajas; Fuerzas que determinan su atractivo; Aspectos a tener en cuenta 3.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO Mercados competitivos; Mercados monopolicos; Mercados monopsonicos; Mercados oligopolicos;

Mercado de competencia monopolística; 3.3 EL PRODUCTO; 3.4 EL CLIENTE; El perfil del consumidor; 3.5 LA DEMANDA; Analisis de la demanda; Tipos de demandas; Elasticidad de la demanda; La proyección de la demanda; 3.6. LA OFERTA; Ley de la oferta; Elasticidad de la relación precio-oferta; Los competidores en el mercado del producto; Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados; 3.7 EL PRECIO; Categorías; Aspectos; 3.8 LA DISTRIBUCION

Canales de distribución Los intermediarios; 3.9 PLANEACION DE LAS VENTAS; Analisis de la situación; Pasos para la planeación de las ventas; Importancia de planificar las ventas; Técnicas para presupuestar las ventas; 3.10 ESTRATEGIAS DE MERCADEO; Proceso en el establecimiento de la estrategia de mercadeo; 3.11. MERCADO DE INSUMOS; Fases; Funciones; Aspectos a tener en cuenta; Selección de proveedores; Los tipos, cantidades estimadas, precios y condiciones de la mercancía y servicios; Procedimientos de proceso del ciclo de adquisición y pago; 3.12 PRONOSTICO DEL MERCADO Características de los pronósticos Selección del método de pronóstico; 3.13 RELACION ENTRE LAS VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO; RESUMEN; EVALUACION; LECTURA COMPLEMENTARIA; CUARTA UNIDAD; 4. ESTUDIO TECNICO; 4.1 TAMANO DEL PROYECTO; Capacidad; Factores que determinan el tamaño de un proyecto; Optimización del tamaño; Economía del tamaño; Planes de ampliación o ensanche; 4.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO; Factores que influyen en la localización; Estudio de la localización; Procedimiento del análisis de localización; Métodos de evaluación; a) Métodos de evaluación por factores no cuantificables
b) Método cualitativo por puntos

2. Record Nr.	UNINA9910790301103321
Autore	Sbardellati John <1973->
Titolo	J. Edgar Hoover goes to the movies [[electronic resource]] : the FBI and the origins of Hollywood's Cold War // John Sbardellati
Pubbl/distr/stampa	Ithaca, : Cornell University Press, 2012
ISBN	0-8014-6468-4 0-8014-6421-8
Descrizione fisica	1 online resource : illustrations (black and white)
Disciplina	384/.8097309045
Soggetti	Motion pictures - Political aspects - United States - History Cold War in motion pictures Communism and motion pictures - United States Cold War - Social aspects - United States
Lingua di pubblicazione	Inglese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references and index.
Nota di contenuto	Frontmatter -- Contents -- Acknowledgments -- Introduction: Hollywood's Red Scare -- 1. A Movie Problem -- 2. The FBI's Search for Communist Propaganda during the Second World War -- 3. Producing Hollywood's Cold War -- 4. The Coalescence of a Countersubversive Network -- 5. The 1947 HUAC Trials -- 6. Rollback -- Conclusion: Three Perspectives on the Death of the Social Problem Film -- Appendix: Analysis of Motion Pictures Containing Propaganda: An FBI Filmography of Suspect Movies -- Notes -- Index
Sommario/riassunto	Between 1942 and 1958, J. Edgar Hoover's Federal Bureau of Investigation conducted a sweeping and sustained investigation of the motion picture industry to expose Hollywood's alleged subversion of "the American Way" through its depiction of social problems, class differences, and alternative political ideologies. FBI informants (their names still redacted today) reported to Hoover's G-men on screenplays and screenings of such films as Frank Capra's <i>It's a Wonderful Life</i> (1946), noting that "this picture deliberately maligned the upper class attempting to show that people who had money were mean and despicable characters." The FBI's anxiety over this film was not unique; it extended to a wide range of popular and critical successes, including

The Grapes of Wrath (1940), The Best Years of Our Lives (1946), Crossfire (1947) and On the Waterfront (1954). In J. Edgar Hoover Goes to the Movies, John Sbardellati provides a new consideration of Hollywood's history and the post-World War II Red Scare. In addition to governmental intrusion into the creative process, he details the efforts of left-wing filmmakers to use the medium to bring social problems to light and the campaigns of their colleagues on the political right, through such organizations as the Motion Picture Alliance for the Preservation of American Ideals, to prevent dissemination of "un-American" ideas and beliefs. Sbardellati argues that the attack on Hollywood drew its motivation from a sincerely held fear that film content endangered national security by fostering a culture that would be at best apathetic to the Cold War struggle at best, or, at its worst, conducive to communism at home. Those who took part in Hollywood's Cold War struggle, whether on the left or right, shared one common trait: a belief that the movies could serve as engines for social change. This strongly held assumption explains why the stakes were so high and, ultimately, why Hollywood became one of the most important ideological battlegrounds of the Cold War.
