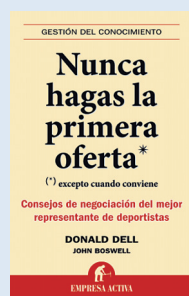


LIBROS Y DVD S

» Lecturas para ser mejor empresario «

Nunca hagas la primera oferta

Donald Dell y J. Boswell

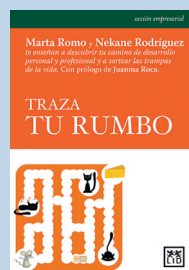


Este libro desvela las herramientas necesarias que se deben poner en práctica para alcanzar el éxito en cualquier tipo de negociación gracias a una serie de sencillos y potentes consejos. De la

mano de Donald Dell, el mejor representante de deportistas de Estados Unidos, el lector aprenderá no sólo los secretos de la negociación, sino muchas de las anécdotas reales que involucran a estrellas del deporte mundial a las cuales el autor ha representado, como los jugadores de baloncesto Michael Jordan o Patrick Ewing o el tenista Andy Roddick. El libro pone de manifiesto cómo en una negociación influyen numerosos factores, desde la reputación de una empresa hasta el humor o carácter de la persona con la que nos tenemos que sentar a discutir. Independientemente de que se esté cerrando un acuerdo comercial, la venta de una casa o el blindaje de un contrato. Dell defiende que la mayoría de los tratos son muy simples, por lo que siempre hay que tener perfectamente definido el objetivo global.

www.edicionesurano.com

Traza tu rumbo



Marta Romo y Nekane Rodríguez

Traza tu rumbo es una obra divertida, amena y de gran calidad, que nos permite jugar una partida a la oca muy especial.

Desde pequeños, aprendemos y nos divertimos con los juegos de mesa sin percatarnos de los valores que aportan a la persona así como su semejanza con la vida misma. Las autoras nos proponen avanzar por las casillas, sin prisa pero sin pausa, disfrutando del trayecto y con el objetivo muy claro: llegar a la meta. Nos enseñan a descansar en la posada cuando nos falta el aliento, a esquivar la cárcel o a salir del laberinto cuando caemos en él. El desarrollo personal y profesional no es sencillo y las reglas están marcadas, pero gracias a esta útil guía avanzaremos mientras aprendemos, reflexionamos y nos equivocamos.

En clave de marcas



Gonzalo Brujón (coeditor)

La importancia de los activos intangibles es algo que se ha ido reforzando a lo largo del tiempo adquiriendo relevancia todos los ámbitos que abarca, desde la valoración hasta la estrategia pasando por el retail y el diseño. Respondiendo a la necesidad de información sobre los aspectos mencionados nace *En clave de marcas*, una obra destinada a ayudar a las empresas a aplicar estrategias para diferenciarse de la competencia y alcanzar un posicionamiento de marca único y diferenciador en la mente del consumidor. Aunque algunas compañías todavía se muestran reticentes a aceptar la importancia de los valores intangibles bien es cierto que la marca es donde reside gran parte del valor de una empresa, de ahí la importancia de gestionarla de forma adecuada. El título, coordinado por Gonzalo Brujón, cuenta con la participación de 23 profesionales en el mundo del branding a escala nacional e internacional cuyo conocimiento se recoge a lo largo del texto dividido en tres grandes bloques.

www.lideditorial.com

Marketing y videojuegos

José Martí Parreño



El uso de los videojuegos en las comunicaciones de marketing de las organizaciones es una tendencia que se ha ido consolidando en los últimos años. La saturación pu-

blicitaria en otros medios, la pérdida de eficacia de las herramientas tradicionales y las nuevas posibilidades que ofrece este género interactivo de entretenimiento ha provocado que cada vez más organizaciones se muestren interesadas por este tipo de comunicaciones a través de videojuegos. Este libro, titulado *Marketing y Videojuegos: product placement, in-game advertising y advergaming*, es pionero en este campo.

Casos de éxito de las empresas murcianas



José L. Munuera Alemán

Esta obra analiza 30 empresas murcianas que han mantenido un crecimiento sostenido durante los últimos años gracias a la obtención de una ventaja frente a sus competidores. El libro está compuesto por siete capítulos en los que se han agrupado las empresas pero no por el sector, ni por la dimensión, sino por el tipo de problemática que analiza el caso. En esta obra se tratan diversos aspectos de la gestión como organización, administración, marketing, finanzas, contabilidad, estrategia, innovación y desarrollo.

www.esic.es