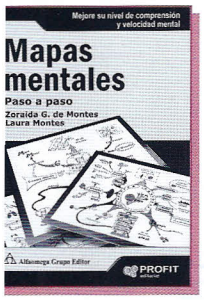
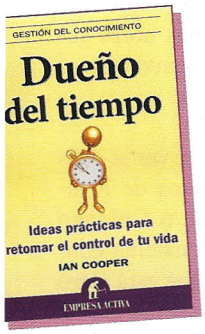


Mapas Mentales

AUTOR: Zoraida G. de Montes y Laura Montes
EDITORIAL: Profit

Los mapas mentales han demostrado ser una extraordinaria alternativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje para estimular el enorme potencial que hay en cada uno de los estudiantes para las artes, las letras, las ciencias, la historia o la política. Con este libro aprenderá de manera sencilla a elaborar mapas mentales, a sintetizar y analizar diversos problemas por partes, globalmente y de manera organizada, facilitar el aprendizaje y a trabajar con creatividad; un libro que le descubrirá cuál es su hemisferio cerebral dominante, pero sobre todo cómo encontrar un equilibrio entre el pensamiento lineal y espacial. Presenta numerosos ejemplos de mapas mentales junto con la información de dónde surgieron y con la que tradicionalmente se preparan los estudiantes; los mapas son ejemplos de estudios desde el nivel básico y medio hasta el de una organización empresarial.



Dueño del Tiempo

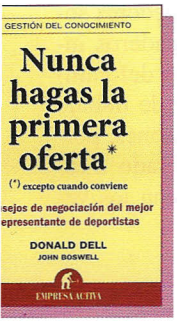
AUTOR: Ian Cooper
EDITORIAL: Empresa Activa

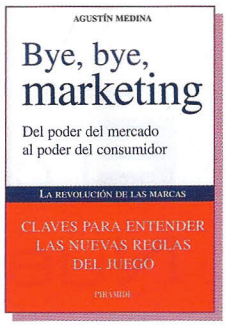
¿Cuántas veces pierde el tiempo al día buscando cosas? ¿Vive enganchado al teléfono móvil y al correo electrónico innecesariamente? ¿Es capaz de organizar y priorizar su jornada de trabajo con el fin de aprovecharla al máximo? En definitiva, en una sociedad en la que pasamos los días inmersos en la vorágine del estrés y de las prisas, ¿es capaz de sacar más tiempo para sí mismo? De una manera realista, su autor considera no sólo las cuestiones profundas relativas a la administración del tiempo, sino que también analiza las continuas intromisiones y robos de tiempo que se producen en la vida cotidiana. A lo largo de sus páginas, el lector descubrirá que la clave para ejercer un mejor control de su tiempo es la planificación, entendida como el proceso de reflexionar sobre las decisiones que se van a tomar, con el fin de llevar a cabo lo que realmente se desea hacer.

Nunca hagas la primera oferta

AUTOR: Donald Dell
EDITORIAL: Empresa Activa

Los buenos negociadores conocen las reglas. Los grandes negociadores saben cuando romperlas y los mejores, como Donald Dell, crean sus propias reglas cuando hacen falta. En este ameno libro, el autor relata cuáles han sido y son los secretos de la negociación. Lleno de anécdotas que involucran a estrellas del deporte mundial a las cuales el autor se representó, tales como los jugadores de baloncesto Michael Jordan o Patrick Ewing, o los tenistas Arthur Ashe, Jimmy Connors, Ivan Lendel o Andy Roddick, entre otros, el lector aprenderá cuáles son los secretos de la negociación en la práctica. Gracias a los mismos, el autor ha podido ser uno de los creadores de toda una nueva industria como es la representación de deportistas, de la cual se habla cotidianamente en la prensa, pero que casi no existía hace 40 años.





Bye, bye, marketing

AUTOR: Agustín Medina
EDITORIAL: Pirámide

Este libro hace un excelente recorrido por la evolución del marketing hasta el día de hoy, visto desde la agencia de publicad; pero la experiencia del autor es más que suficiente para dar una buena perspectiva de lo que ha sucedido también en el anunciante. El título lo dice todo: el marketing ya no es lo que era. A partir de este suceso el autor explica cómo fue el marketing del siglo xx y cómo ese marketing, sobre el que giraba todo el mundo empresarial, ha dejado de ser la herramienta más importante para la comercialización de los productos, los servicios y las marcas.

En la obra se describen las claves que sirven para entender lo que está pasando, como ha evolucionado el pensamiento creativo y la idea del posicionamiento estratégico de una marca, desde los valores puramente funcionales a los emocionales.

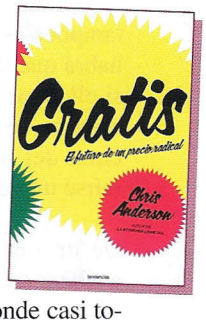
El posicionamiento de la "Marca España" y su competitividad Internacional

AUTOR: Raúl Peralba
EDITORIAL: Pirámide

Vivimos en un mundo global en el que los clientes son un bien escaso y los competidores representan un peligro real que amenaza las actividades de todos en todas partes. Las tecnologías de comunicación, de logística y de proceso permiten que desde cualquier punto del planeta se pueda aspirar a "un trozo de la tarta" de cualquier otro punto, por distante que esté, y cualquiera que sea el tamaño de la empresa o el sector de actividad. En este nuevo orden mundial esas empresas que se internacionalizan llevan una impronta indeleble que es su "Made in…", o lo que se llama "Marca país" y más recientemente "Marca lugar". Éste es el objetivo del libro, en el que Raúl Peralba vuelca sus investigaciones, conocimientos, experiencias y vivencias personales de más de cuarenta años en el sector.

Gratis. El futuro de un precio radical

AUTOR: Chris Anderson
EDITORIAL: Tendencias



¿Estamos preparados para ser competitivos en este nuevo mercado? De la mano de Anderson el lector descubrirá cómo el futuro se encuentra en el negocio de lo gratuito. Si bien lo gratis no es nada nuevo y en el siglo pasado era un poderoso método de marketing, ahora en el siglo XXI ha resurgido como una nueva y extraordinaria capacidad con el poder de reducir los costes de bienes y servicios casi a cero. Existen incontables cosas en Internet donde casi todo se da gratis sin esperar nada a cambio. Un buen ejemplo de esta práctica son negocios como Facebook, Google o Wikipedia. Paradójicamente y lejos de lo que pudiera parecer, lo gratuito no supone pérdidas de dinero, sino enormes beneficios. Regalando es posible no sólo ser rentable, sino alcanzar pingües beneficios.