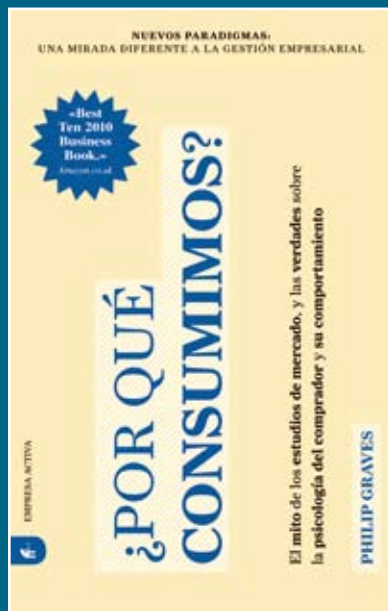


libros

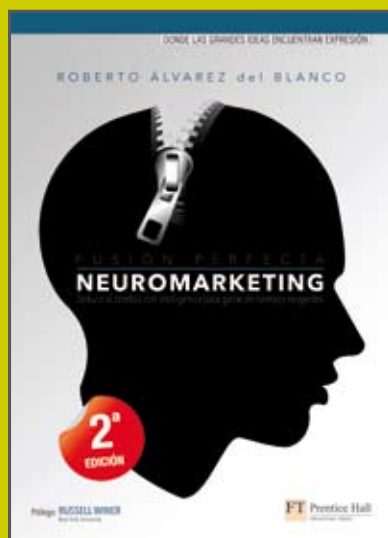


Título: ¿Por qué consumimos? El mito de los estudios de mercado y verdades sobre la psicología del comprador y su comportamiento.

Autor: Philip Graves

Editorial: Empresa Activa (2011)

Philip Graves, uno de los líderes mundiales en el estudio del comportamiento del consumidor, nos da las claves para conocerle mejor y seducirle. Parte de la existencia de una enorme diferencia entre lo que la gente dice que haría y lo que efectivamente luego hace. Así, esta obra trata de dar respuesta a tres preguntas: ¿cómo es el consumidor?, ¿qué compra y, sobre todo, por qué lo compra?, y ¿qué hábitos de consumo tiene?



Título: Neuromarketing. Fusión perfecta: seducir el cerebro con inteligencia para ganar en tiempos exigentes.

Autor: Roberto M. Álvarez del Blanco

Editorial: Pearson Educación (2011)

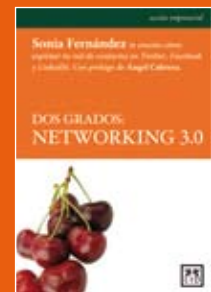
Esta obra parte de la base de que las marcas se crearán en un futuro de manera totalmente distinta de cómo lo han hecho hasta ahora, implementando las marcas ganadoras en los próximos años estrategias multisensoriales que crearán experiencias únicas para los consumidores. Este libro explora y descubre la hoja de ruta para diseñar acciones concretas que influyen de manera eficaz en la mente del cliente, favoreciendo la toma de decisiones.

Y también...

Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores
Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. Barcelona: Deusto (2011)



Dos grados: networking 3.0
Sonia Fernández. Madrid: Lid (2011)



100 errores en la dirección de personas
José María Acosta. Madrid: ESIC (2011)

