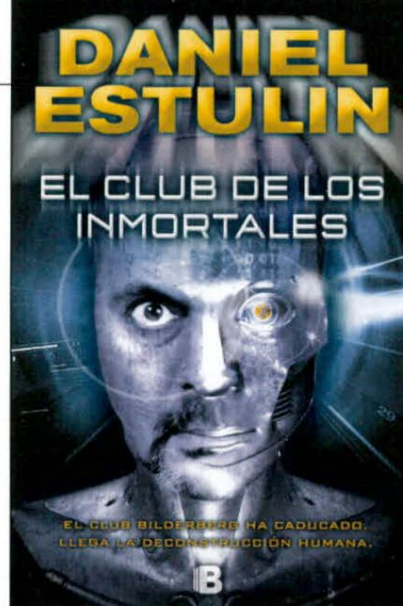


► EL CLUB DE LOS INMORTALES

AUTOR: Daniel Estulin
EDITORIAL: Ediciones B

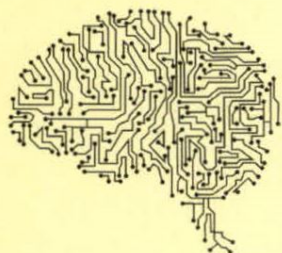
En "El club de los inmortales", Daniel Estulin da respuesta a estas preguntas: ¿Cómo será nuestro futuro y qué podemos hacer para recuperar el control? El autor explica en esta obra por qué los poderosos ya no necesitan ningún Club Bilderberg y cuáles son los nuevos métodos de control. Estulin da un paso adelante en sus investigaciones y descubre el juego de poder que amenaza el futuro de la humanidad.



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Roger Dooley

Brainfluence



100 formas de convencer y persuadir a través del neuromarketing

Empresa Activa

Gabriel Ginebra

EL JAPONÉS QUE ESTRELLÓ EL TREN PARA GANAR TIEMPO

Por qué nos volvemos incompetentes y cómo gestionarlo



conecta

QDQ media

#BEDIGITAL.

Marketing digital y pymes, un mundo de oportunidades.



QDQ

optimiz@click

trazada



Una historia de la publicidad y el consumidor en España

50

ANIVERSARIO

anunciantes

Comunicar para crear valor

▲ BRAINFUENCE. 100 FORMAS DE CONVENCER Y PERSUADIR A TRAVÉS DEL NEUROMARKETING

AUTOR: Roger Dooley
EDITORIAL: Empresa Activa
De acuerdo con la neurociencia, el 95% de nuestros pensamientos, emociones y aprendizaje ocurre antes de que seamos conscientes de ello; sin embargo, los grandes esfuerzos del marketing se siguen concentrando en los mensajes racionales que apelan al 5%. "Brainfluence" explica cómo funciona el cerebro y analiza cómo su funcionamiento influye en las acciones de las personas y también cómo se puede llegar a influir en cómo piensan.

▲ EL JAPONÉS QUE ESTRELLÓ EL TREN PARA GANAR TIEMPO. Por qué nos volvemos incompetentes y cómo gestionarlo

AUTOR: Gabriel Ginebra
EDITORIAL: Conecta
Gabriel Ginebra quiere, desde la ironía, echar por tierra tópicos tan asentados como la necesidad del cambio o de la motivación para trabajar. "El japonés que estrelló el tren para ganar tiempo" es una forma distinta de ver la realidad empresarial. Una forma tan diferente que no es otra cosa que volver a lo de siempre, para reivindicar que las personas de carne y hueso ocupen realmente el lugar principal en las empresas.

▲ #BEDIGITAL. MARKETING DIGITAL Y PYMES, UN MUNDO DE OPORTUNIDADES

AUTOR: QDQ media
EDITORIAL: QDQ media
"#Bedigital" hace una primera aproximación a través de sus nueve capítulos a cada uno de los principales ámbitos del marketing online, acompañándose de ejemplos reales y consejos que tratan de facilitar el entendimiento y, al mismo tiempo, de aportar las claves para conseguir que cada acción sea un éxito. Por ello, el libro se dirige a aquellas empresas y dirigentes empresariales que deseen iniciarse en materia digital o mejorar la estrategia de negocio que ya tienen.

▲ UNA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMIDOR EN ESPAÑA

AUTOR: Fernando Montañés
EDITORIAL: Asociación Española de Anunciantes
Con motivo del 50 aniversario de la Asociación Española de Anunciantes, este libro analiza la evolución del consumo moderno en España desde sus comienzos, en la década de los 60 del siglo pasado, a partir de la publicidad. El libro incluye la reproducción de más de 1.000 anuncios, con el objetivo de que el lector pueda conocer los anuncios más destacados y los cambios que se han ido produciendo en la sociedad, el consumo y los medios de comunicación.