

Érase otra vez en Londres

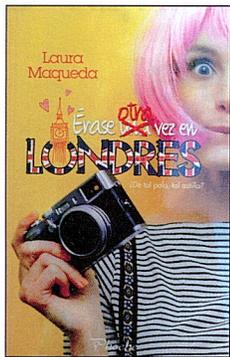
Autora: Laura Maqueda

Editorial: Pàmies

A sus casi diecinueve años, Rose es toda una belleza, pero su marcado carácter británico hace que parezca prácticamente inaccesible. Después de un doloroso desengaño amoroso, decide que en su vida no hay cabida para los hombres... Hasta que un joven fotógrafo aparece en su vida.

Un encuentro casual en la prestigiosa escuela en la que Rose estudia, un cruce de miradas, unas cuantas fotografías... y Jack supo que tenía que hacer cuanto estuviera en su mano por conocer a aquella chica de enigmática mirada.

¿La irremediable atracción que Jack y Rose sienten podrá superar los prejuicios de un padre sobreprotector?



Marketing y comunicación de moda

Autora: Gema Martínez Navarro

Editorial: ESIC



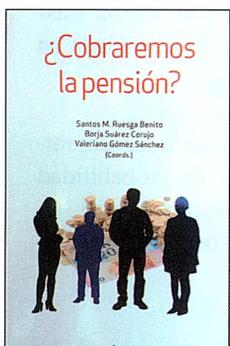
La moda es un sector fascinante. Realmente existen muy pocas personas que no les guste o atraiga la moda por una u otra razón. La moda nos aporta sensaciones, placeres y emociones, forma parte de nuestro tiempo de ocio y nos ayuda a expresar nuestra personalidad, nuestros valores y nuestra forma de sentirnos y entender la vida. Pero más allá de estas sensaciones, es un sector en continuo cambio y un motor de crecimiento económico en muchos países. En los últimos tiempos está siendo objeto de estudio y análisis tanto por académicos como profesionales del sector, dada su importancia dentro de la economía global. Y esta obra analiza las estrategias de marketing y comunicación en el mercado de la moda.

¿Cobramos la pensión?

Autores: Varios

Editorial: Pirámide

En esta obra el lector preocupado por el presente y de modo particular por el futuro de las pensiones públicas, encontrará reflexiones de utilidad para fijar su posición ante las diferentes opciones existentes que pretenden configurar el modelo de pensiones para los próximos años. Las reformas llevadas a cabo y las que están por venir no son neutrales frente al funcionamiento del sistema económico. Se trata de abordar buena parte de estas cuestiones, centrándose en la óptica española y europea, analizando los comportamientos del sistema actual, las reformas habidas y ofreciendo propuestas de reforma y modificación de los mecanismos vigentes bajo determinados supuestos.



Más allá de lo medible

Autora: Margaret Heffernan

Editorial: Empresa Activa

En las empresas se miden muchas cosas, pero lo más importante, y que más impacto tiene en la rentabilidad a largo plazo, que es la cultura empresarial, no se puede medir.

En este libro se efectúa un repaso a ese cúmulo de pequeños pensamientos y costumbres del día a día que generan y sostienen la cultura de una empresa: la forma de hablar, escuchar, discutir, pensar, ver. No se trata de contratar programas millonarios que se eternizan en el tiempo, sino de dar pequeños pasos que cualquier persona puede realizar. Pequeños pasos que marcan el inicio de un gran cambio.

Esta es una breve guía acerca de cómo crear una cultura laboral en cualquier empresa u organización.



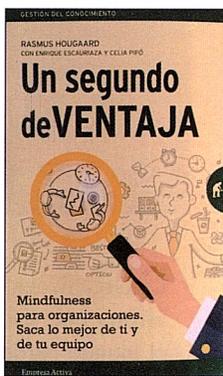
Un segundo de ventaja

Autores: Rasmus Hougaard, Enrique Escauriaza y Celia Pipó

Editorial: Empresa Activa

La vida laboral ha cambiado drásticamente en los últimos tiempos. Antes era posible concentrarse totalmente en la tarea que uno tenía que realizar, pero hoy en día la gente intenta centrarse en su trabajo mientras contesta el correo, recibe llamadas o convoca una reunión. Sin embargo, se puede entrenar al cerebro a responder de forma diferente a las constantes interrupciones a través del *mindfulness*.

Diseñado por profesionales que buscan una nueva forma de trabajar en condiciones estresantes, el libro ha sido escrito como una gran guía práctica de uso fácil.



¿Quién teme el poder de las mujeres?

Autora: Virginia García Beaudoux

Editorial: Grupo 5

¿Qué significa ser una mujer ambiciosa en una sociedad todavía dominada por los hombres? ¿A qué dificultades se enfrentan las candidatas políticas en ejercicio, ministras, alcaldesas, gobernadoras, diputadas, directivas de empresas, líderes sociales y comunitarias, juezas...? ¿Por qué las mujeres no ocupan más posiciones de poder e influencia política y económica? Este libro muestra cómo el poder continúa siendo territorio hostil para las mujeres y explora la cuestión de los estereotipos de género, su relación con el liderazgo y el modo en que los adquirimos e incorporamos, entre otras cosas.

