



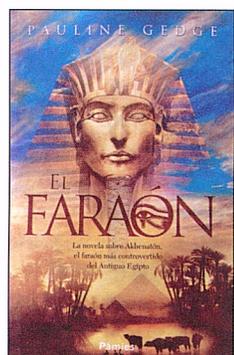
Un destino singular

Autor: Simeón II de Bulgaria
Editorial: Nobel

Agosto de 1943. Europa se desgarró. Tras la muerte de su padre en misteriosas circunstancias, el joven Simeón, a los seis años, se convierte en rey de los búlgaros. El trágico destino de un país y de un pueblo se encarnará en este niño-rey de trayectoria fuera de lo común. Cuando los comunistas fusilaron a parte de su familia, se vio obligado a marchar. Llega la hora del exilio en septiembre de 1946.

Por un milagro de la Historia, Simeón, que nunca perdió la esperanza, puede regresar a su país cincuenta años después de abandonarlo. Y el rey destronado se convierte en primer ministro.

Sus memorias, que también lo son de Europa y de sus momentos, constituyen todo un hito.



El Faraón

Autora: Pauline Gedge
Editorial: Pàmies

Ningún otro periodo de la historia de Egipto ha causado tanta fascinación como el del reinado de Akhenatón, el faraón de la XVIII dinastía cuyo impetuoso gobierno en el siglo XIV a. C. llevó a su pueblo al borde del desastre. Fue el primer monarca del Antiguo Egipto en proclamar su deidad e implantar el monoteísmo, y entabló una dura lucha contra la casta

sacerdotal del dios Amón.

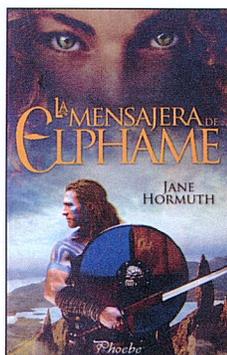
Enmarcado en el fastuoso Palacio de los Reyes y Dioses, escena a escena, página a página, el antiguo Egipto vuelve a la vida de forma magistral con el esplendor de la corte imperial, el implacable calor del desierto o la desgracia que cae sobre el país cuando el vivificador Nilo ofrece su inundación anual.

La mensajera de Elphame

Autora: Jane Hormuth
Editorial: Pàmies

Ante la imposibilidad de concebir hijos con su esposa Meribeth, Alistair Mcleod, jefe de su clan, encarga a un grupo de guerreros, con su sobrino Daimh al frente, la misión de viajar a la isla de Skye para solicitar la ayuda de la famosa hechicera que vive allí.

Aila nunca ha salido de la isla de Skye; la llaman la bruja hechicera, mensajera de Elphame. Posee el don de la adivinación y puede hablar con los espíritus. Cuando los guerreros Mcleod llegan a la isla, no encuentran más que resistencia en la joven hechicera para dejar Skye y acompañarlos.



El maestro ignorante

Autor: Itay Talgam
Editorial: Empresa Activa

Mostrar cierta ignorancia no parece ser el mejor consejo para dar a un ejecutivo de una empresa. El autor, que es tanto director de orquesta como profesor de liderazgo, explica, con gran claridad y lleno de ejemplos musicales y corporativos, que en ocasiones la mejor forma de estimular y dejar desarrollar todo su potencial a las personas bajo tu dirección es ser un ignorante. El abanico de directores que nos presenta este libro es una prueba contrastada, para todos aquellos que lo necesiten, del universo de referentes que tendrá a mano cuando se pregunte qué estilo de liderazgo necesita su organización para seguir evolucionando. Este magnífico retrato de estos directores de orquesta se convierte en un gran estudio sobre liderazgo aplicable en cualquier empresa u organización.



La burbuja emprendedora

Autores: Javier García y Enrique González
Editorial: Empresa Activa



Llevamos una década donde emprender es una moda. Nunca antes hemos creído en las infinitas posibilidades para nuestros jóvenes y no tan jóvenes, para los formados y no tan formados, para los parados y activos. Emprender es un estilo de vida, la vacuna ante cualquier mal económico. Le rendimos homenajes y cultos en eventos por toda la geografía.

Este fenómeno explosivo por el emprendimiento no es un sello español exclusivo. No hay país que se precie

que no busque crear jóvenes empresas que puedan llegar a valer más de mil millones de dólares en menos de tres años de vida. El libro trata de separar el grano de la paja, y lo hace con ejemplos reales.

Eficacia publicitaria

Autor: Joaquín Sánchez Herrera
Editorial: Pirámide

Con un enfoque diferente y actual, en esta obra se desarrolla el estudio de los efectos de la comunicación publicitaria. Su contenido está basado en el análisis de casi dos mil investigaciones científicas y docenas de ejemplos. Este es, sin duda, el primer manual que muestra de forma completa, detallada y rigurosa el proceso de estimación de la eficacia de la publicidad. Por primera vez, se presenta el estudio de los efectos intermedios de la publicidad (actitudes, preferencias, percepciones, etc.), junto con el análisis de sus efectos (elección de marca, ventas, cuota de mercado, etc.). El libro está dirigido a alumnos de los grados y doctorandos de publicidad, marketing y administración y dirección de empresas.

