

Tecnología para andar por casa

Autor: Andreu Veà
Editorial LID



Este libro está pensado para solucionar la vida digital de cualquier ciudadano. En él encontrarás trucos, consejos, aplicaciones y herramientas explicadas de forma práctica y sencilla que te facilitarán el uso de cualquier tecnología en el ámbito de internet, telefonía informática, vídeo, fotografía, conectividad, ocio, salud, etc.

Responde las preguntas que te pueden surgir a diario y que puedes solucionar fácilmente consultando sus páginas. Aprenderás a saber qué aplicación, dispositivo o aparato necesitas, cómo ponerlo en marcha y cuánto te costará, sin necesidad de acudir a un profesional.

El liderazgo servicial

Autores: Ken Blanchard y Renée Broadwell
Editorial: Empresa Activa

El mundo necesita desesperadamente un modelo diferente de liderazgo. Todos hemos visto el efecto negativo de los líderes que actúan en su propio beneficio en todos los sectores de la sociedad. Sin embargo, hay una alternativa mejor, consistente en preparar a líderes que, además de los resultados y las relaciones, centren sus objetivos en un bien común y desempeñen un liderazgo servicial, que es el que lidera a través del servicio a la gente y no a uno mismo.

Este libro es una recopilación única en la que los mejores expertos sobre liderazgo exponen su visión sobre la materia.

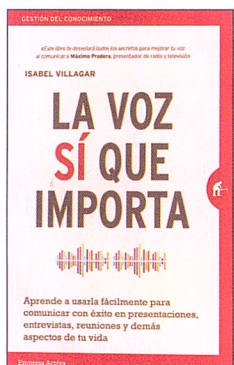


La voz sí que importa

Autora: Isabel Villagar
Editorial: Empresa Activa

El uso de la voz acompaña a las personas desde que nacen. Ella es la responsable de transmitir un mensaje y unas emociones que siempre están subyacentes en lo que se dice. Tener la capacidad de adaptar la voz, el cuerpo, las

emociones y el mensaje a las exigencias que se producen en cada momento es fundamental para el desarrollo personal y profesional de cada uno. Mucho se ha hablado de la importancia de la voz en la comunicación; numerosos manuales sobre hablar en público, estudios científicos y la propia experiencia de los profesionales así lo demuestran. Sin embargo, la mayoría de las personas asume que su voz no es susceptible de ser mejorada.

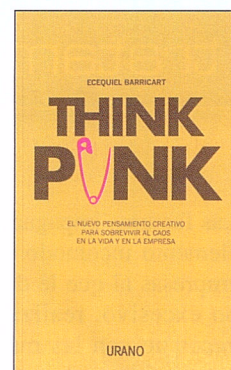


Think punk

Autor: Ecequiel Barricart
Editorial: Urano

En un mundo aburrido y cansado, atrapado en un caos descorazonador, muy parecido al que vio nacer el punk en la década de 1960, surge este libro, una forma de entender la vida y la empresa distinta, creativa, alejada de convencionalismos paralizantes.

Su filosofía propone recuperar el desafío y la espontaneidad del punk para declarar una revolución en la propia experiencia y, desde ahí, proyectar el cambio a nivel global. Con un estilo atrevido y provocador, el autor brinda secretos e inspiración para llevar a la práctica ideas, proyectos y desafíos desde esta metodología. Una nueva mentalidad.



Manual de planificación de medios

Autores: M^a Ángeles González Lobo, Enrique Carrero López y Gerardo Mariñas González
Editorial: ESIC



El libro va dirigido a todos los profesionales que de forma directa o indirecta tienen relación con el mundo de los medios publicitarios. Facilita una primera toma de contacto a los que se enfrentan por primera vez con la no fácil tarea de gestionar los medios desde cualquier ángulo, tanto la compra como la venta, tanto el trato directo como el contacto ocasional. Pero también trata aspectos muy avanzados de la planificación y la

compra y puede servir de consulta a los profesionales experimentados respecto a aspectos concretos relativos a la práctica profesional.

Vender en las plataformas digitales

Autores: Juanma Romero, Esther y Miriam Romero
Editorial: ESIC

Son momentos de incertidumbre, porque, aunque hayamos elegido un buen producto, no tenemos la certeza de que vaya a funcionar. De hecho, el ejemplo que ponen los autores es el de la primera tienda que montaron en Amazon y que fue un rotundo fracaso. Se encontraron con problemas inesperados, uno de ellos insalvable, lo que en un momento dado les obligó a echar el cierre.

Esto no significa que no sea interesante vender plataformas digitales, todo lo contrario. Pero hay que hacerlo conociendo todas las implicaciones. Los autores después de su primer fracaso han decidido montar una segunda tienda.

