

Las claves de la dirección

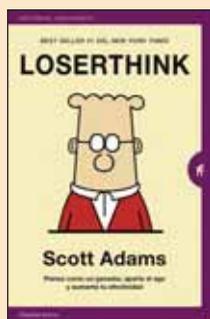
Autores: **Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena**
Editorial: **Esic Editorial**
Precio: **25 euros**
Páginas: **304**



Escrito para las direcciones generales, las personas que ocupan el más alto cargo y la más alta responsabilidad de las empresas y organizaciones, este libro es el resultado de una cuidadosa observación de comportamientos profesionales de numerosos directores y directoras generales sobre la materia y que se han ido recogiendo, completando, puliendo y perfeccionando con el tiempo. Asimismo refleja, bajo el punto de vista de otros directores y directoras generales en activo o que han desarrollado esta función durante muchos años y hoy están retirados, cuáles son los aspectos clave de dirección, la esencia, la nata, que sus homólogos actuales deben considerar para realizar y desarrollar bien su trabajo. Este libro tiene la voz de más de 40 directores y directoras generales que saben a la perfección lo que es el ejercicio de la dirección.

Losertthink

Autor: **Scott Adams**
Editorial: **Empresa Activa**
Páginas: **264**



Bajo el concepto de “Losertthink”, el autor engloba a los pequeños hábitos mentales que hacen que seamos víctimas de nuestras propias burbujas de realidad. Incluso las personas más inteligentes pueden caer en la seducción del “losertthink” y dejarse llevar por sus propios hábitos. Este libro te enseñará cómo detectar y evitar ese tipo de pensamiento y te dará ideas para responder ante los argumentos huecos que recibas, ya sea por amigos bien intencionados, extraños en Internet o expertos políticos. También aprenderás a detectar las causas subyacentes del “losertthink”, como la incapacidad de dejar tu propio ego fuera de tu toma de decisiones, pensar con palabras en lugar de razones, o ser incapaz de imaginar explicaciones alternativas y creer demasiado en las coincidencias. Tu burbuja de realidad no tiene por qué convertirse en tu prisión. Este libro te permitirá recuperar tu libertad a la vez que ser una de las pocas voces auténticamente pensantes de cualquier conversación.

Storytelling y copywriting

Autora: **Anita Álvarez Cufari**
Editorial: **Anaya Multimedia**
Precio: **20 euros**
Páginas: **232**



El storytelling no consiste solamente en contar historias. Es cómo las cuentas, qué dices y cómo activas a tu audiencia. Se trata de un hilo conductor que construye una relación consistente con tu consumidor a lo largo del tiempo. Tampoco es un «palabro» de moda. Siempre ha existido, solo que ahora hemos redescubierto la necesidad del relato para las marcas. No es una campaña ni un packaging emotivo. Es la suma de acciones, porque todo lo que haces (y lo que no) comunica. Y ahí es cuando entra en juego tu copywriting, tu microcopy, tu UX writing y tu palabra en dispositivos de voz. Y de todo esto habla este libro. "En esta nueva realidad que estamos viviendo, las marcas necesitan contar con un brand storytelling potente que les permita adaptarse a la situación sin dejar de ser ellas mismas. Porque sin coherencia no hay fidelidad". En un tono muy fresco y directo, Anita Cufari aborda todo el proceso para diseñar una estrategia de Brand Storytelling sólida y efectiva, para conseguir una sintonía absoluta con la audiencia, y que las personas se sientan identificadas con las marcas, las comprenden y las elijan una y otra vez.

Por qué fracasan los países

Autores: **Daron Acemoglu y James A. Robinson**
Editorial: **DEUSTO S.A. EDICIONES**
Precio: **12 euros**
Páginas: **608**



Los autores profundizan en numerosos aspectos de la economía, la sociología, la política, la religión, el derecho o la historia para hacer, en materia de política comparada, un análisis de los motivos que llevan a unos lugares, naciones o territorios a prosperar sobre otros. La principal tesis del libro se basa en la idea de que son las instituciones que rigen un determinado territorio las que lo van a hacer prosperar. Es la forma en que las sociedades se organizan, si son respetuosas con la propiedad privada, garantizan una separación de poderes efectiva y posibilitan el correcto funcionamiento de una economía de libre mercado, lo que va a garantizar que se perpetúen a lo largo de la historia y una buena calidad de vida en términos de Índice de Desarrollo Humano de los territorios sobre los que se proyectan.