

La buena y la mala educación

Autor: Inger Enkvist

Editorial: Ediciones Encuentro

En esta nueva edición de la obra, el autor revisa, corrige, actualiza y aumenta su libro estrella. Sus páginas recorren los distintos sistemas educativos imperantes principalmente en Occidente (sin dejar de mirar otras latitudes) y hacen un balance tanto de los aciertos como de los desaciertos del modelo de enseñanza predominante en países como Francia, Finlandia, Estados Unidos, Japón, China, entre otros. El autor ha introducido un capítulo en el que hace un acercamiento a las nuevas tecnologías, la IA, la hiperactividad de los alumnos, la dislexia, el TDAH, las diferencias entre los alumnos y las alumnas, sin perder de vista el punto neurálgico de su trabajo.

Foodtech. La gran revolución de la industria alimentaria



Autora: Beatriz Romanos

Editorial: LID

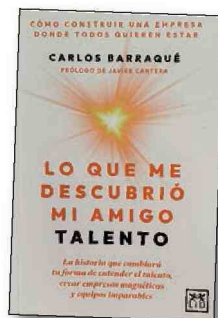
El cambio climático, las desigualdades, el avance tecnológico, los cambios de hábitos en el consumo... Son muchos los factores que nos hacen preguntarnos cuál será el futuro de la alimentación: qué comemos, cómo lo produciremos, qué efecto tendrá en nuestra salud, cómo cambiará el mundo y cómo podremos hacer negocio con ello. El libro es la guía de referencia a través de la que los lectores conocerán los avances más disruptivos que están transformando la industria y nuestra manera de alimentarnos, las tecnologías con más impacto, los recursos para profesionales, *startups*, inversores y organizaciones del sector...

Lo que descubrió mi amigo Talento

Autor: Carlos Barraqué

Editorial: LID

Las empresas no crecen solas. Son las personas, con su talento y compromiso, quienes hacen posible el éxito. Pero en un mundo empresarial dominado por el absentismo, la baja productividad y la desmotivación ¿cómo lograr que las personas quieran unirse, quedarse y dar lo mejor de sí? ¿Qué estrategias podemos implementar para retener el talento? ¿Cómo gestionarlo de forma efectiva para crear equipos comprometidos y de alto rendimiento? La respuesta a estas y otras preguntas las ofrece el autor en este libro, una obra que tiene como objetivo crear empresas donde cada individuo de lo mejor de sí mismo, no por obligación, sino porque de verdad quiere hacerlo.



Derechos humanos en la empresa sostenible

Autor: Fernando Navarro

Editorial: ESIC

Este libro enmarca teóricamente los derechos humanos y sistematiza las principales normativas e instrumentos indicadores de desempeño en los ámbitos de trabajo infantil, trabajo forzoso, discriminación, libertad de asociación, seguridad y salud en el trabajo, entre otros. Los derechos humanos son el eje fundamental de la sostenibilidad, muy especialmente cuando numerosas organizaciones operan en contextos internacionales turbulentos e inestables. La actual polarización geopolítica internacional, entre otras cosas, suscitan que muchas empresas estén adaptando sus políticas de RSC o ASG para reforzar su compromiso con los derechos humanos.

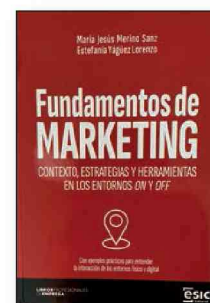
Fundamentos de marketing

Autoras: María Jesús Merino Sanz y Estefanía Yagüez Lorenzo

Editorial: ESIC

Las autoras presentan en este libro una guía estratégica para líderes y profesionales que buscan dominar las fuerzas que están moldeando el panorama empresarial actual. Un mundo donde la tecnología redefine las reglas del juego y el marketing se ha convertido en un arte que combina datos, creatividad y conexión humana.

Este libro muestra el camino para liderar un mercado hipercompetitivo con propósito y relevancia, no sólo ofrece tácticas, sino también una mentalidad que transforma la manera de entender y aplicar el marketing en las organizaciones.



Marketing y cosmética

Autora: Mencía de Garcillán López-Rúa

Editorial: ESIC

Con esta tercera edición del libro aprenderás a posicionar tu marca, diseñar campañas innovadoras y crear experiencias de cliente memorables. Incluso, descubrirás cómo la Inteligencia Artificial puede transformar tu estrategia de marketing desde la personalización masiva hasta el análisis predictivo de tendencias. La autora te ofrece en esta obra tanto los conocimientos teóricos aplicados al marketing de la industria cosmética, como las herramientas prácticas para aplicar en tu negocio, permitiendo analizar la situación actual del mercado cosmético e identificar tendencias emergentes y patrones de consumo que están redefiniendo la belleza.

