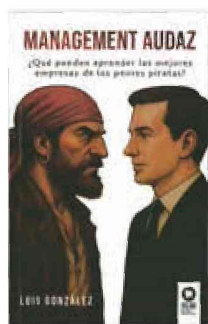


Liderazgo básico

Autora: María José Sánchez Yago
Editorial: Kolima

En la era digital -IA, computación cuántica, robótica avanzada, etc.- en un mundo movido por una energía cada vez más limpia donde la superlongevidad está encima de la mesa y la capacidad de hacer daño se ha democratizado más que nunca, la clave no está en lo que viene, sino en lo que permanece: las personas, nosotros. Una forma de describir el mundo en el que vivimos es con energías ascendentes y descendentes. Las primeras nos llevan a cuidar el planeta, las organizaciones, los equipos y las personas. Las segundas -ego, ira, apego, avaricia, etc.- nos invitan a seguir caminos falsos hacia un éxito efímero y aparente que a la larga trae cierto vacío existencial.



Management audaz

Autor: Luis González
Editorial: Kolima

El autor nos propone un fascinante texto siguiendo las aventuras y desventuras, las luchas y las amistades, la vida y la muerte, el hambre y la sed, los naufragios y la fortuna, el honor y la traición... de los piratas del Caribe de los siglos XVI y XVII, para establecer unos singulares e interesantísimos paralelismos y reflexiones sobre la gestión y la estrategia de las empresas actuales. A través de magníficos relatos de piratas, nos transporta a otra época para emocionarnos y hacernos reflexionar sobre qué podemos aprender que sea útil para nuestras empresas y rebelarnos o transformarlas.

El almanaque del pobre Charlie

Autor: Charlie Munger
Editorial: Valor Editions de España

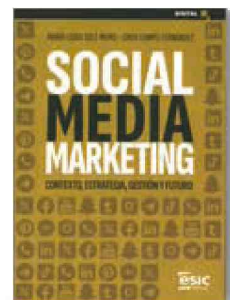
Este libro recopila once Charlas y escritos de Charlie Munger realizados entre 1986 y 2007. El legendario vicepresidente de Berkshire Hathaway y brazo derecho de Warren Buffett, transmite en ellos lecciones sobre estrategias de inversión, aprendizaje, filantropía y cómo vivir una vida ética y racional. Se trata de un libro emblemático: la única colección publicada de sus discursos y escritos editado en el año 2005, que permite conocer directamente el pensamiento de este excepcional inversor. Una obra esencial para inversores y emprendedores deseosos de absorber el imprecioso ingenio y sabiduría de una de las grandes mentes de los siglos XX y XXI.



Social media marketing

Autores: María Luisa Solé Moro y Jordi Campo Fernández
Editorial: ESIC

Analiza la radical transformación que ha supuesto el social media en la forma en que las marcas interactúan con sus audiencias y cómo han creado un espacio donde la comunicación es bidireccional, inmediata y dinámica. En este entorno, el contenido en social media ha dejado de ser sólo un complemento de la comunicación de marketing para convertirse en un pilar fundamental. Así, los autores te guían en la construcción de una presencia salida de tu marca en social media y te ayudan en la planificación estratégica, el desarrollo de estrategias efectivas y la medición de resultados en redes sociales.



El código de la escritura

Autor: Ana Ortiz de Obregón
Editorial: LID

En un mundo donde las competencias técnicas ya no son suficientes para alcanzar el éxito, el autoconocimiento se convierte en una ventaja competitiva clave. Este libro revela cómo cada trazo de tu escritura es un reflejo directo de tu cerebro capaz de desvelar aspectos de tu personalidad que ni siquiera sospechabas. Con un enfoque revolucionario que combina grafología, neurociencia y técnicas proyectivas, este libro te guía a través del fascinante proceso de creación del mapa de personalidad. Y si lideras un equipo, te ayudará a conectar el talento con los objetivos de la organización.



En un mundo donde las competencias técnicas ya no son suficientes para alcanzar el éxito, el autoconocimiento se convierte en una ventaja competitiva clave. Este libro revela cómo cada trazo de tu escritura es un reflejo directo de tu cerebro capaz de desvelar aspectos de tu personalidad que ni siquiera sospechabas. Con un enfoque revolucionario que combina grafología, neurociencia y técnicas proyectivas, este libro te guía a través del fascinante proceso de creación del mapa de personalidad. Y si lideras un equipo, te ayudará a conectar el talento con los objetivos de la organización.

Negociar tras el NO

Autor: Joshua N. Weiss
Editorial: LID

En el ámbito de la negociación, el fracaso es parte del escenario. Por eso el autor, asesor de la ONU y cofundador de la Iniciativa de Negociación Global d Harvard, humaniza el fracaso para ayudar a los negociadores a comprender que es algo con lo que, inevitablemente, van a encontrarse y que deberán afrontar si quieren crecer y ser más eficaces. La pregunta clave es ¿qué hacer con ese fracaso cuando ocurre? El autor nos da las soluciones para retomar una negociación fallida y lograr mejores acuerdos y nos enseña los cinco pasos de su método, utilizado por líderes de todo el mundo para volver a la mesa de negociación reforzado y en clave de éxito.

