

¿Existe la suerte?

Autor: Nassim Nicholas Taleb
Editorial: Paidós

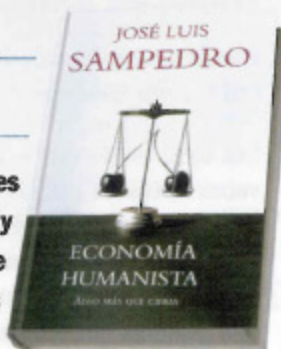
Gracias a esta obra podremos conocer cómo percibimos la suerte en nuestras experiencias personales y profesionales. Esto resulta obvio en el ámbito de los mercados, pero demasiado a menudo su rendimiento se debe más a la suerte que a sus capacidades. El problema reside en que nos cuesta mucho entender la probabilidad, y por ello seguimos creyendo que lo que sucede no es aleatorio y nos empeñamos en encontrar razones allá donde no las hay.



Economía humanista

Autor: José Luis Sampedro
Editorial: Editorial Debate

José Luis Sampedro es uno de los escritores e intelectuales españoles más queridos y respetados, ha desarrollado una brillante carrera como economista desde hace más de sesenta años. Sin embargo, su labor en este campo ha quedado quizá oscurecida por su dimensión humana y literaria. Esta colección de artículos pretende recuperar esa faceta, resaltando su lucidez y profundidad de su pensamiento, la solidez de su formación, la originalidad de sus planteamientos y su capacidad para traducir conceptos complejos.



Clase creativa

Autor: Juan Carlos Cubeiro
Editorial: Planeta Empresa

El concepto de clase creativa, inicialmente creado por el experto en urbanismo, Richard Florida, ha sido transformado por el autor, Juan Carlos Cubeiro, que amplía así el concepto de clases creativas a todos aquellos profesionales que aportan valor desde la confianza, la orientación al cliente y la iniciativa, y opone este grupo a las clases reactivas. Muestra cómo atraer a la clase creativa, cómo evitar su pérdida y cómo fomentar su formación y desarrollo.



Crea tu propia suerte

Autor: Peter M. Kash
Editorial: Pirámide

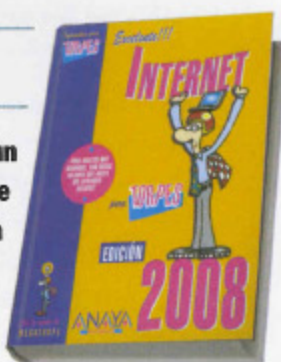
Esta obra es una guía práctica que nos proporciona una hoja de ruta general para alcanzar la meta que deseamos y que nos ayude a colmar las necesidades básicas en nuestro trabajo y en nuestra carrera. Nos muestra cómo podemos hacer que éstos nos brinden una vida gratificante y, en ese proceso, convertirnos en la persona que queremos ser. Para conseguir tal cambio es necesario tener claro qué queremos conseguir y qué tenemos que hacer para satisfacer esas necesidades.



Internet para torpes

Autor: VV.AA.
Editorial: Anaya

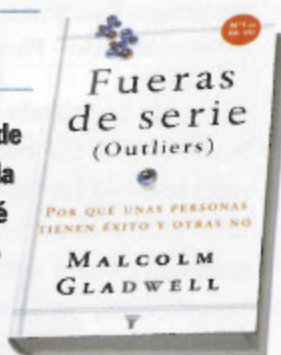
Esta es la historia de Cosme Romerales, un honrado oficinista que tuvo que enfrentarse inesperadamente a una nueva herramienta de trabajo, el ordenador. Mientras manipulaba el ordenador, recibió una tremenda descarga que le produjo una extraña mutación. Cosme Romerales se había convertido en Megatorpe, el nuevo héroe informático, y a partir de entonces se convirtió en paladín de torpes, ayudando a todos aquellos que se enfrentan por primera vez con un ordenador.



Fueras de serie

Autor: Malcolm Gladwell
Editorial: Taurus

Esta obra explora las curiosas historias de los grandes jugadores de fútbol, bucea en la peculiar infancia de Bill Gates; busca qué convirtió a los Beatles en el mejor grupo de rock, y se pregunta qué distingue a los pilotos que estrellan aviones de los que no. A través de su viaje por el mundo de los "fuera de serie", los mejores, los más brillantes y famosos, el autor nos convence de que nuestro modo de pensar en el éxito es erróneo.



El club de los elegidos

Autor: David Rothkopf
Editorial: Ediciones Urano

Algo más de 6.000 personas rigen los destinos de la población mundial, para los que el autor acuña un nombre, la "superclase". Sus miembros comparten las características típicas de los componentes de un selecto club: varones, pertenecientes a la generación nacida después de la Segunda Guerra Mundial, con raíces culturales en Europa, graduados por una universidad de elite, pertenecientes al mundo de la empresas o de las finanzas, con una base de poder institucional, ricos, etc.



Comunicación de crisis

Autor: Francisco Marín
Editorial: LID

Este libro supone una herramienta muy útil para hacer frente a la decadencia que padecen numerosas empresas en este ámbito de la comunicación. Francisco Marín se centra en la creación de programas de comunicación que respondan a las demandas de información de los diferentes públicos sobre las medidas proactivas y las reactivas tomadas por los sujetos implicados ante las situaciones de riesgo.

