



	Tirada: 352.495	Sección: -	
	Difusión: 264.548 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 299	
Nacional	Audiencia: 925.918 (E.G.M)	Ocupación (%): 37%	
Diaria	07/09/2008	Valor (€): 6.857,74	
		Valor Pág. (€): 18.280,00	
		Página: 91	Imagen: No



SE VENDE. GUÍA PRÁCTICA PARA VENDER O ALQUILAR SU CASA
Alejandro Domínguez Doncel
Esic. Madrid, 2008
204 páginas
Precio: **15 €**

Entre 2006 y 2007 ya se había duplicado el tiempo en el que tardaba en venderse una promoción inmobiliaria en España, y la crisis actual ha aumentado considerablemente el tiempo requerido. Dado que los buenos tiempos para los vendedores han acabado, esta guía intenta ayudar a planificar y ejecutar la venta, proporcionando instrumentos para negociar de la mejor manera posible y también para analizar si es mejor alquilar la propiedad o si hay que invertir algún dinero para vender en mejores condiciones.

TÚ. MARCA PERSONAL
Roberto Álvarez del Blanco
Prentice Hall
Madrid, 2008
310 páginas
Precio: **24,96 €**

Para el autor, personajes tan dispares como Bill Gates, Napoleón, Madonna o Gandhi tienen algo en común: todos se marcaron metas personales, desarrollaron al máximo sus capacidades, fueron disciplinados y trabajaron. Así lograron construir su marca personal. El profesor Álvarez del Blanco señala que gestionar la vida de uno mismo puede ser más difícil que dirigir una gran empresa, de modo que en su libro analiza conceptos como talento, autenticidad, imagen, liderazgo o carácter para intentar hacerlo bien.

EL ARTE DE INVENTARSE PROFESIONES
Sergio Bulat
Empresa Activa
Barcelona, 2008
154 páginas
Precio: **12 €**

"Para ser irremplazable, uno siempre debe ser diferente", afirmaba Coco Chanel. Es posible que tuviera razón. En un momento en el que el desempleo aumenta de manera notable, el autor propone posibilidades para destacar en el mundo laboral, aprovechar las oportunidades que brinda la sociedad de consumo e inventarse una profesión en la que destaquemos y seamos únicos potenciando nuestras aptitudes diferenciadoras, lo que, además de generar un empleo, pueda ser también causa de satisfacción.