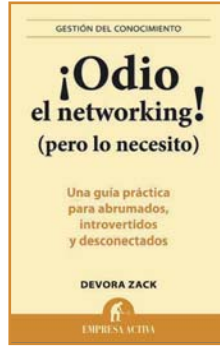


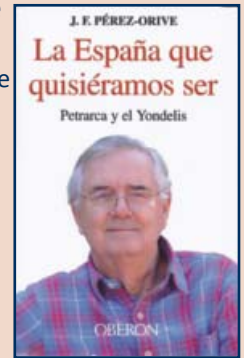
¡Odio el networking! (pero lo necesito)

Devora Zack ❖ Empresa Activa ❖
224 págs

La autora que es tanto una introvertida confesa como una exitosa conferencista que habla frente a miles de personas cada año ha visto que la mayoría de los libros sobre networking asumen que para tener éxito tienes que convertirte en un extrovertido o al menos parecerlo. Pero no, hay otras formas de relacionarse sin dejar de ser quien es uno. Este libro sacude los estereotipos acerca de la gente que odia el networking. No son tímidos o misántropos, sino que son reflexivos y prefieren pensar antes de hablar. Puesto que les han dicho que el networking es acerca de charlar y realizar contactos constantemente, deducen que no es para ellos. Pero sí lo es. En este libro la autora destroza los tradicionales consejos sobre networking que pretenden ser universales. Cada uno según sus propias cualidades puede realizar el networking como más le plazca. La vida no es otra cosa que una gran oportunidad de hacer networking. 📖



La España que quisieramos ser
José Félix Pérez Orive
❖ Ed. Pirámide ❖
280 págs.



Los años que van de 1997 a 2007, y algunos más que les precedieron, supusieron el mayor éxito de España como nación, sociedad y cultura de nuestros últimos quinientos años. Pero ¿qué hicimos bien en esa década, más allá de vender 800.000 viviendas al año? La respuesta de Pérez-Orive es que por primera vez equilibramos nuestra cultura e hicimos lo que nos convenía. Emancipada nuestra mente y abierta a otras influencias, cambiamos nuestro modelo de ambición creando una idea de país distinta y un genuino “sueño español”. ¿Es repetible ese éxito? Puede que sí, pero exige abordar de otra forma algunos elementos de nuestra organización: nacionalismos, liderazgo, trabajo en equipo, intermediarios sociales..., y pulsar las claves de las acciones prácticas, que son las que ofrecen resultados. Claves enrevesadas que descifra este libro con sentido común, ritmo expositivo y original claridad. 📖

Contabilidad general. Teoría y Práctica

Lázaro Rodríguez Ariza y María Victoria López Pérez ❖
Ediciones pirámide ❖ 454 págs.

El contenido de este manual está pensado para acompañar al lector que accede por primera vez al mundo de la contabilidad. Se parte de nociones y desarrollos básicos desde el punto de vista registral, con el fin de hacer una introducción a la metodología propia de la contabilidad y a su marco conceptual, dentro del contexto normativo en el que nos movemos en nuestro país, pero sin adentrarse en los pormenores del Plan General de Contabilidad. Los problemas y operaciones que se plantean son los más habituales y básicos y se ha evitado introducir, en la medida de lo posible, contenidos de mayor complejidad. 📖



El arte de elegir

Sheena Iyengar ❖
Gestión 2000 Grupo
Planeta ❖ 355 págs.

En “El arte de elegir”, Iyengar se propone la difícil tarea de ayudarnos a elegir mejor. Seleccionado como uno de los mejores ensayos del 2010 en EEUU, nos explica qué dicen de nosotros nuestras decisiones y cómo podemos mejorarlas. Como bien dice la autora, “la libertad de elegir nos da permiso para imaginarnos un yo mejor, y guarda la promesa de que podemos crear ese yo a través de nuestra propia voluntad.” Pero también se plantean preguntas que quizás no nos hemos parado a considerar debidamente: ¿es verdad que si una decisión te afecta, debes ser tú quien la tome?, ¿es cierto que “a mayor cantidad de opciones, mayor posibilidad de que tomes la mejor decisión”?, ¿por qué elegimos a veces contra nuestros intereses? Finalmente, Iyengar ofrece las respuestas que sus investigaciones sobre la mente humana le permiten amoldar a cada caso. 📖



Community Manager. Conviértete en experto en “Social Media”

Óscar Rodríguez Fernández ❖ Anaya Multimedia ❖
336 págs.



Internet está creando una revolución comunicativa, generando cambios sociales y profesionales. En este marco aparece la figura del community manager o responsable de la comunidad, que gestiona y dinamiza comunidades de usuarios en Internet con fines comerciales y de captación de nuevos clientes. Este libro nace con una única intención: convertirse en una guía imprescindible para aclarar qué objetivos debe tener un community manager, y qué conceptos debe dominar para lograr un gran éxito. Aprenderá las habilidades y aptitudes que son necesarias, cómo abordar un proyecto Social Media, y cuáles son las herramientas de trabajo indispensables. Si desea orientar su carrera profesional hacia el sector de los Social Media, si apuesta por las herramientas de comunicación entre personas, si gestiona un departamento de tecnología con una apuesta clara por establecerse en las redes sociales, éste es su libro. 📖