

Transformación digital en las empresas

Autores: **Fernando Arnaiz Ramos** y **Silvia Pinto Valero**
Editorial: **Fundación Confemetal**
Precio: **22 euros**
Páginas: **262**



La transformación digital es un reto y una obligación para las empresas. Este libro pretende acercar al sector un compendio de buenas maneras, recomendaciones y sugerencias que faciliten el primer chapuzón en la piscina digital. No es un manual técnico, ni un tratado tedioso de técnicas complejas. No es tampoco un libro de sentencias ni de soluciones mágicas. Sus páginas acercan al lector una visión ajustada y realista de la mudanza digital, respondiendo a dos importantes interrogantes: ¿qué busca el consumidor del siglo XXI y cómo se lo podemos ofrecer? Los autores navegan en el mundo formidable de la venta y el posicionamiento, en la actualidad del producto mejorado y en la inmediatez de una sociedad renovada y revolucionada que demanda experiencias vitales para considerar y ser considerada. La empresa se ha convertido en un cajón de sastre de emociones y sentimientos que debe inocular en el ADN de los consumidores.

Diario de un millennial

Autor: **David Tomás**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **14 euros**
Páginas: **192**



Esta es la historia de Mateo, un joven millennial al que ficha un prestigioso diario económico con el fin de hacerse cargo de su edición digital. Una vez que comienza a trabajar el joven Mateo se encuentra con una serie de dinámicas propias de una empresa tradicional anquilosada con sus procedimientos y poco propicia a los cambios. Aun cuando tiene el apoyo del jefe principal, la relación con los directores intermedios y demás compañeros de trabajo no siempre es fácil ya que la brecha generacional hace que sus expectativas difieran enormemente. Sin embargo, con el paso del tiempo, Mateo logra entender a sus compañeros de trabajos y estos logran entenderlo a él. Una historia que nos habla de la difícil gestión entre distintas generaciones dentro de una misma empresa, profundizada por los cambios digitales que la dinámica actual propone.

Marketing digital Mide, analiza y mejora

Autora: **Inés Cibrián Barredo**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **18 euros**
Páginas: **142**



Es un manual que introduce al lector en el mundo del marketing digital gradualmente. Se trata de guía que ordena todos los aspectos de esta disciplina de una forma lógica, permitiendo que el lector vea claramente la relación que existe entre todos los elementos que forman el marketing digital. En la primera parte, se explican los conceptos básicos que cualquiera que trabaje en este mundo debe conocer. Además de la relación existente entre el marketing y la analítica digitales. Asimismo, explica al detalle los tres pilares fundamentales de la analítica digital (medición, análisis y reporting) y su impacto en el marketing digital.

Por último, habla sobre los problemas habituales que tienen las empresas y la necesidad de cambiar su cultura para corregirlos. Cierra el libro con un capítulo donde hace una serie de reflexiones que afectan a todos los profesionales de este sector. Todo el contenido del libro se basa en la experiencia de la autora y muestra ejemplos que ayudan a comprender cada concepto. Además, el tono que utiliza es cercano e informal para conectar con el lector y transmitirle lo apasionante, divertida y útil que es esta disciplina.

Comercio digital internacional

Autores: **José Fulgencio Martínez Valverde** y **Fernando Rojas Ruiz**
Editorial: **Ediciones Paraninfo**
Precio: **24 euros**
Páginas: **186**



Este libro desarrolla los contenidos del módulo profesional de Comercio Digital Internacional, del Ciclo Formativo de grado superior de Comercio Internacional, perteneciente a la familia profesional de Comercio y Marketing. La materia se ha distribuido en seis unidades, que desarrollan las siguientes áreas: el papel del comercio digital internacional en un mundo globalizado; internet: origen, funcionamiento y configuración; gestión de servicios a través de internet; elementos clave para el desarrollo efectivo del comercio digital internacional; la gestión de operaciones en el entorno del comercio digital internacional; diseño y desarrollo del plan de marketing digital: las políticas de e-marketing mix.