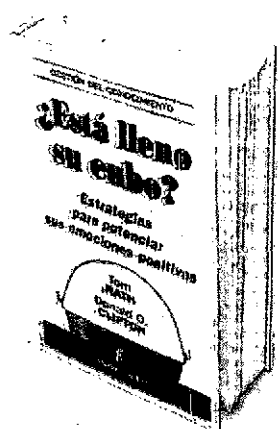




PUBLICACIONES

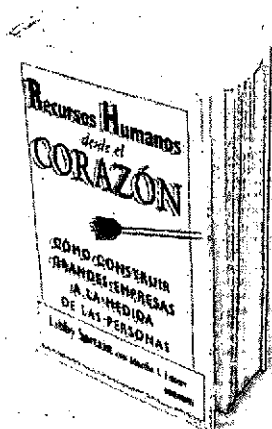


¿Está lleno su cubo?

Autores Tom Rath y Donald O. Clifton

Editorial Ediciones Urano
ISBN 84-95787-87-3

Durante la pasada década, los científicos exploraron la incidencia de las emociones positivas en el clima laboral y personal. La conclusión: la incidencia se podía usar para predecir cualquier situación: desde un despido hasta un divorcio. Para explicar esta teoría, Clifton creó la Teoría del cucharón y el cubo: Cada uno de nosotros porta un cubo invisible. Se llena y se vacía constantemente, depende de lo que los demás nos digan. Cuando el cubo está lleno, nos sentimos de maravilla. Cuando se vacía, nos sentimos mal.



Recursos Humanos desde el corazón

Autor Libby Sartain y Martha I. Finney

Editorial Deusto
ISBN 84-234-2333-6

Las empresas y sus empleados necesitan profesionales de Recursos Humanos que sean estratégicos, proactivos, con principios e inteligentes, flexibles y auténticos. La integración de inteligencia emocional combinada con agudeza y tino en los negocios son elementos clave para ser un buen profesional de Recursos Humanos. Los autores de este libro apuestan por un tipo de profesional que logre reunir estas dos cualidades y un tipo de gestión empresarial «desde el corazón».



Branding emocional

Autor Marc Gobé
Editorial Divine Egg
Publicaciones
ISBN 84-933931-5-0

«Branding emocional» es la estrategia elegida por Coca Cola, Air France, Estée Lauder, AOL, Reebok o Versace, para sus campañas publicitarias y envases. Es la estrategia de márketing de mayor éxito del siglo XXI. Este libro es una guía precisa sobre el buen uso del diseño, del branding y de la comprensión psicológica de las generaciones de consumidores vigentes hoy en el mundo globalizado. Rebate, con una profunda visión del ser humano, el contexto del cambio social y generacional que sacude hoy al mundo.



Management estratégico

Autor Isabel del Val Pardo
Editorial Esic Editorial
ISBN 84-7356-423-5

Las actuales maneras de competir han dado vida a una nueva prioridad empresarial, que consiste en tener que replantearse la capacidad de elegir y desarrollar el rumbo de la empresa. Los propietarios y directivos de las empresas deben orientar la toma de decisiones y acciones a la búsqueda de situaciones futuras, intentando adaptar la posición competitiva a las circunstancias y condicionantes. Por estos motivos, este manual está diseñado para guiar de manera práctica a la reflexión, desarrollando las etapas del proceso estratégico.