

## Comunicación global

**Autores:** Varios

**Editorial:** ESIC

En este libro participan 17 expertos coordinados por Ángel Luis Cervera y Ruth Fernández, que proporcionan una perspectiva integrada y multidisciplinar del Marketing y la Comunicación. Ayuda a diseñar y gestionar y ejecutar planes de publicidad y comunicación, a perfeccionar estrategias de relaciones públicas, tomar decisiones en entornos digitales y mejorar habilidades directivas con un lenguaje claro y accesible. En el ámbito empresarial, la identidad de la marca se refleja en lo que se comunica, cómo se hace y la actitud que se proyecta al hacer publicidad, hacer eventos, generar empleo, manejar crisis, lanzar productos o interactuar en redes sociales.

## La campaña permanente

**Autor:** Rafa Laza

**Editorial:** ESIC

La obra enseña a asesores y candidatos políticos a diseñar una estrategia desde el día después de la votación hasta la siguiente cita con las urnas. El autor recurre a numerosos casos de éxito entre los que destaca lo que hizo José Luis Martínez Almeida para desalojar a Manuela Carmena de la alcaldía de Madrid; cómo diseña la agenda Isabel Díaz Ayuso; la planificación de Iñaki Azkuna, el mejor alcalde del mundo; o la manera en la que un bote de gomina acabó con un alcalde.

Los asesores y políticos aprenderán a responder a la pregunta “¿y ahora qué?” cuando planifican la legislatura una vez acabadas las elecciones.

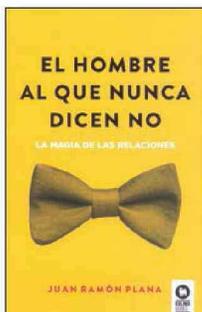


## El hombre al que nunca dicen no

**Autor:** Juan Ramón Plana

**Editorial:** Kolima

Dos personas se encuentran y empieza una relación, con todo lo que conlleva: miradas, reconocimiento, palabras, cariño. Una magia que se puede descubrir y se debe contar. Para los filósofos que desde la antigüedad nos han aconsejado siempre hay una palabra que sobresale por su importancia: formación. Sin ella consideraban que el ser humano nunca podría adentrarse en los secretos de la vida y del mundo. El protagonista de este libro intenta formar a un adolescente... ¿No lo somos todos? Él considera que la formación académica no es suficiente para adentrarse en la jungla de la vida.



## Cómo transformar desde el Consejo

**Autores:** Susana Quintás, Patxi Barceló y Myriam Alcaide

**Editorial:** LID

La transformación es un viaje obligado para cualquier empresa que quiera ser sostenible. En este sentido, los consejos de administración pueden ser grandes impulsores y catalizadores del cambio y del crecimiento, siempre y cuando cuenten con herramientas y procesos para ello. Para facilitar esta tarea, esta obra proporciona herramientas y estrategias probadas para abordar los desafíos que se plantean en los consejos de administración cubriendo todos los aspectos que las empresas deben considerar para asegurar un crecimiento sostenido y sostenible. A lo largo del libro se recogen estrategias y enfoques para llevar a las empresas al siguiente nivel a través de su núcleo de liderazgo.



## Por qué lo llaman liderazgo cuando quieren decir comunicación

**Autora:** Noemí Boza

**Editorial:** LID

La comunicación con nosotros mismos y los demás, nos dirige, nos condiciona, es capaz de cambiarnos la vida. Tal es el poder de comunicación, hasta hace poco calificada de *soft skill*, que ha pasado a ser la *power skill*. La comunicación es el factor clave para un liderazgo. Por ello nace este libro en el que la autora propone una receta para liderar a través de un ingrediente esencial para alcanzar los sueños: la comunicación. Desarrollar la actitud emprendedora, despertar la iniciativa y activar la energía, descubrir las habilidades que convierten en líder y desplegar y mejorar las habilidades de comunicación, son los objetivos del libro.



## El aprendiz

**Autor:** Curro Rodríguez

**Editorial:** LID

Emprender siempre es una aventura en la que alcanzar el éxito es la parte bonita y el fracaso es un gran riesgo que hay que asumir y del que hay que aprender llegado el caso. El autor es un gran ejemplo de emprendedor apasionado capaz de reinventarse ante las adversidades. Con una gran carrera a las espaldas, fundador de más de 30 compañías, el empresario andaluz emprendió un camino lleno de retos desde lo más humilde, vendiendo caracoles, hasta fundar una de las compañías con mayor crecimiento de Europa, Ly Company Group. Este libro plasma su vida de emprendedor, desde los comienzos, desde los grandes éxitos hasta los fracasos que le llevaron a arruinarse.

