

Sígueme

Símbolo del descanso (Pikolín)

BUSCAR

Filtrar por año 2015 Filtrar por mes

Blog

[Presentación](#)

[Centro de Documentación Publicitaria](#)

[Desde un principio](#)

[Historia de las marcas](#)

[Agencias históricas](#)

[Protagonistas](#)

[Arqueologranding](#)

[Galería](#)

[Bibliografía](#)

[Enlaces](#)

[Amigos de la Historia de la Publicidad](#)

[Grand Prix de Cannes](#)

[Biocontacto](#)

'EXTRA, EXTRA!

La marca de distribuidor se desacelera en Europa »

Knorr echa humo en una marquesina de Barcelona »

Profesiones más demandas para el 2015 »

Nueva publicación de Esic Editorial: Manual práctico de comunicación empresarial

Por Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena.

Nuestros procesos educativos en general no nos han entrenado en las artes de la comunicación, sin embargo cuando aterrizamos en el mundo laboral descubrimos que la columna vertebral de todo lo que hacemos en un trabajo, desde dirigir una reunión hasta atender una queja, lo hacemos comunicándonos.

Madrid, enero de 2015. No se puede dirigir sin comunicar... Si decimos que liderar supone que algunas personas te sigan en base al convencimiento, no se puede liderar sin comunicar... Motivar es mover a alguien en una dirección y a cada persona nos mueven cosas diferentes, por eso resulta imposible motivar, persuadir o influir sin comunicar... En gran medida, la venta es un acto de comunicación...

Cada vez más en cualquier puesto de trabajo resulta fácil verse obligado a afrontar situaciones en las que hay que hablar en público, informar, resolver un conflicto o evaluar... ¿Se podría hacer algo de eso sin comunicar?

Casi todo lo que hacemos en nuestra vida tanto pública como privada, lo hacemos comunicándonos, sin embargo podríamos hacerlo de una manera muy mejorable.

Existen muchos mitos en torno a la comunicación como por ejemplo aquel que amedrenta a mucha gente al decir que la comunicación es un don, o aquel otro que hace creer a muchas personas que los buenos comunicadores son las personas que tienen más facilidad para hablar. Eso no es así y debemos desterrar esas ideas limitantes. Todos podemos ser buenos comunicadores.

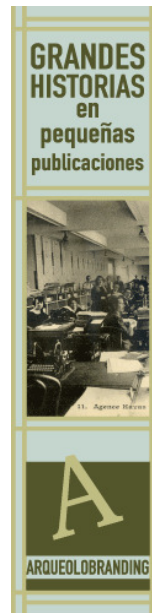
En este libro los autores han querido recoger lo que, a lo largo de años de profesión, han aprendido en la teoría y en la práctica de comunicación aplicada a todos los ámbitos de la gestión de personas, destacando siempre dos ideas claves:
-Que el buen comunicador o la buena comunicadora, no nace, se hace. Detrás de un gran comunicador siempre hay mucha preparación y esfuerzo.
-Que no lo hace mejor, en lo que a comunicación se refiere, la persona que más habla, sino la que más observa, escucha, pregunta, empatiza, adapta el mensaje o usa el silencio. Y todo eso se puede aprender.

A través de sus páginas, y a modo de manual, ofrece a los lectores una guía de reflexión, métodos y herramientas prácticas para lograr ese aprendizaje de una manera práctica.

ISBN: 9788415986591
Nº de págs.:330
Precio: 20 €

Foto portada del libro en formato digital en alta resolución y más información:
Paloma Remírez de Esparza
ESIC Editorial
91.452.41.33 | paloma.remirez@esic.es

ESIC Editorial dona un ejemplar de esta publicación al **Centro de Documentación Publicitaria** de lahistoriadelapublicidad.com



lahistoriadelapublicidad.com colabora con:



Comparte este artículo:

Fecha: 27/01/15 || [« Volver al Blog](#)

No existen comentarios para esta noticia.

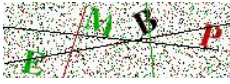
Añadir Comentario

Nombre

Email No se mostrará en el Blog

Título Opcional

Descripción

Código validación 

5 x 4 =

Web bajo licencia Creative Commons. Se permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las condiciones de Reconocimiento y Sin obras derivadas
© La historia de la publicidad contada desde un principio 2007 - Aviso Legal - Créditos