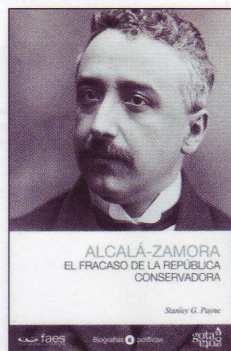


Alcalá-Zamora. El fracaso de la República conservadora

Autor: Stanley G. Payne

Editorial: Fundación FAES

Letrado del Consejo de Estado, próspero abogado, intelectual y escritor, fue un hombre de notables cualidades personales e ideales que no llegó a comprender, sin embargo, la política de masas del siglo XX, formado como estaba en la tradición, elitista y predemocrática, de la Restauración. Fracasó en sus grandes ambiciones y en ello tuvo mucho que ver, entre otras cosas, su indisimulado afán de protagonismo, su tendencia al autoengaño, su falta de visión y juicios políticos. Salió de España días antes del comienzo de la Guerra Civil para no volver en vida. Denunciado por ambos bandos, sus bienes fueron confiscados y vivió modestamente, pero con gran dignidad, de su oficio de escritor sus últimos años en Argentina.



50 claves para franquiciar

Autor: Mariano Alonso

Editorial: LID

¿Ha pensado alguna vez en franquiciar su negocio? ¿Cree que la franquicia puede ser una opción ideal para desarrollar su red de ventas y ampliar los horizontes comerciales de su empresa? Si es así, seguramente serán muchos los interrogantes que le asalten respecto a sus posibilidades reales de acometer un proceso de estas características y quizá aún tenga más sobre la forma de llevarlo a cabo. El libro pretende dar respuestas claras y concretas a todo futuro franquiciador, guiándole en las diversas etapas de realización de su proyecto de franquicia y la posterior y progresiva expansión de la cadena y asesorándole respecto a la creación y el funcionamiento de una organización eficaz.



Vender de cine

Autor: Miguel Iribertegui Irigui-bel

Editorial: ESIC

En estas páginas el lector encontrará de una manera didáctica muchas vivencias diferentes que el autor salpica con anécdotas de sus más de veinte años de actividad vendedora. Momentos unos amargos y otros dulces como los que viven también los inolvidables personajes del Séptimo Arte. Con un objetivo: que el que llegue al "The End" de este libro saque dos conclusiones: una, la certeza de que realmente se puede vender de cine, y dos, que además sepa cómo hacerlo. Porque es un libro dedicado a los vendedores, a los que tienen la inmensa responsabilidad de traer y atraer negocio para sus empresas. Hombres y mujeres que todos los días cogen la maleta y van en busca de un cliente cada vez más exigente y menos fiel.

Publicidad digital

Autores: Varios

Editorial: ESIC

El lector encontrará en el análisis y la exposición de los procesos profesionales que afectan a la publicidad digital, el hilo conductor de esta obra. Se inicia con la comprensión de las pautas para definir perfiles y audiencias digitales desde la combinación de distintos mecanismos.

Los modos de abordar las estrategias publicitarias creativas y la planificación en los medios digitales plantean escenarios cada vez más complejos. Así, desde una reflexión teórica, crítica y constructiva, se definen los conceptos aplicados a la creación de contenidos y eventos integrados. Se aborda el estudio de casos prácticos y se explica el modelo programático de compra de publicidad online.



Capitalismo consciente

Autores: John Mackey y Raj Sisodia

Editorial: Empresa Activa



Los autores devuelven el capitalismo a su esencia. Defienden de forma convincente que el capitalismo es el sistema que más riqueza ha creado a lo largo de su historia, porque el auténtico capitalismo es la única forma de crear una organización que beneficie a los clientes, empleados, comunidades, proveedores y medio ambiente. Nos enseña cómo integrar a todos los actores del ámbito empresarial para obtener el beneficio a largo plazo en organizaciones sostenibles, que sirven tanto a los intereses de la sociedad como de la empresa.

Es una guía para un nuevo sistema de hacer negocios que sea más cooperativo, humano y positivo.

Efecto dominó

Autora: Beverly Schwartz

Editorial: Empresa Activa

El emprendimiento social ha crecido considerablemente en los últimos años. Los emprendedores sociales se enfrentan a cuestiones difíciles y persiguen de manera activa la consecución de un mundo más justo, seguro y sostenible. Al negarse a aceptar las cosas tal y como son, logran romper con los paradigmas actuales y desafían los convencionalismos, con el fin de reconsiderar las posibles soluciones. Todos tienen una idea innovadora y todos se dedican a ponerla discretamente en práctica.

El libro explora los mecanismos estratégicos con los que los emprendedores sociales cambian los sistemas sociales, ya sean negocios sociales o modelos sectoriales ciudadanos.

