

Novedades ESIC editorial

Gestión de conflictos Teoría y práctica

La vida que nos rodea y las relaciones que en ella mantenemos conviven permanentemente con diferentes versiones del conflicto que no solo afecta a nuestra vida más privada, sino que tiene la misma repercusión en el ámbito laboral o profesional.

El libro ofrece las herramientas necesarias para prevenir, analizar y gestionar un conflicto entre personas en el ámbito laboral. El propósito final de los autores es romper mitos sobre los conflictos, ofrecer un modelo de gestión de los mismos, y presentar herramientas a través de la observación, análisis y gestión de una realidad concreta que seguro resultará familiar a todos los lectores.



Autores: Juan Luis Urcola Tellería y Nerea Urcola Martiarena
ISBN: 9788417513795
Págs.: 268
Precio: 17€

Comunicación que funciona Claves para triunfar en la vida y en la profesión desde la comunicación

Permite conocer de manera detallada la comunicación y sus claves para aplicarla al ámbito empresarial y personal. Enfocado a profesionales, docentes, estudiantes, etc. para que puedan aprovechar sus capacidades y obtener un crecimiento rápido y exitoso. Quiere convertirse en una herramienta para la obtención de nuestros objetivos vitales y profesionales desde el aprendizaje y mejor aprovechamiento de la maquinaria de éxito que todos llevamos en la vida. Busca compartir lo aprendido de forma simple y práctica con quienes consideren la "Comunicación que Funciona" un estímulo agradable para lograr sus metas.



Autor: Bernardo R. Facta
ISBN: 9788417513825
Págs.: 493
Precio: 25€

Autor: Jorn Lyseggen
ISBN: 9788417513481
Págs.: 254
Precio: 20€



Autor: Elías M. Amor Bravo
ISBN: 9788417513689
Págs.: 150
Precio: 14€



Outside Insight

El uso de la inteligencia artificial para navegar por un mundo inundado de datos: una nueva perspectiva estratégica para la toma de decisiones en la era digital

Outside Insight es una guía práctica sobre cómo romper con los esquemas tradicionales de la toma de decisiones empresariales para adaptarse a la nueva realidad digital. Es un libro que enseña cómo obtener informaciones de origen externo para crear una potente ventaja fundamentada en informaciones públicas, rico en contenido y a la vez accesible. Cuenta con muchos ejemplos prácticos de experiencias de empresas como Apple y Facebook, y también de diferentes campos de actuación como la gestión de riesgos, crisis, mercado bursátil, entre otros.

El marketing y la cuarta revolución industrial

En la actualidad, cualquier ejercicio de prospectiva debe tener en cuenta que el mundo se encuentra ante "cuarta revolución industrial", un proceso tecnológico que puede suponer cambios relevantes en las formas de vida, trabajo y relación entre personas. El Marketing, a través de un intercambio mutuamente beneficioso, tendrá que experimentar cambios muy importantes para adaptarse a los nuevos tiempos. Existe un amplio acuerdo en que la cuarta revolución industrial no es una continuidad de la tercera o anteriores, sino que supone el nacimiento de una nueva y distinta etapa para la humanidad. El libro pretende aportar preguntas al lector para propiciarle un mayor interés