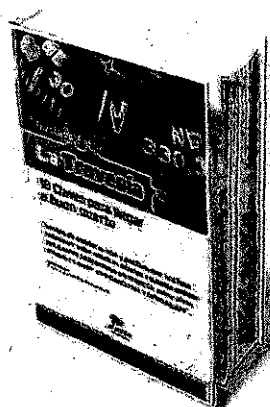




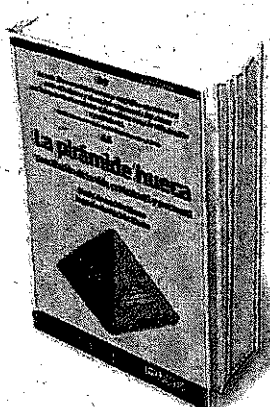
PUBLICACIONES



La Travesía

Autor Gustavo Piera
Editorial Alienta Editorial
ISBN 84-934859-1-8

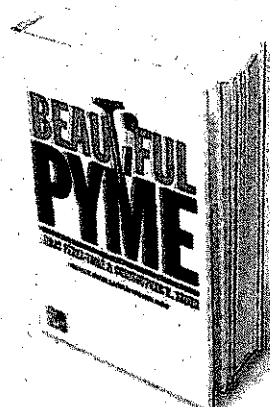
Cualquier cosa que iniciemos en la vida se convierte en un viaje en el cual han de superarse, una a una, las dificultades que nos separan del fin perseguido. Como un velero en alta mar, la trayectoria de las personas puede zozobrar a la mínima inclemencia meteorológica; o, por el contrario, resistir contra viento y marea hasta alcanzar el puerto de destino. Las aventuras diarias de esta obra —cubierta de metáforas— irán desgranando los secretos del trabajo en equipo y de los roles personales en cada microcosmos social, y revelarán las claves para desempeñarlos con eficacia.



La pirámide hueca

Autores María de Andrés Rivero y Eugenio de Andrés Rivero.
Editorial Esic Editorial
ISBN 84-7356-441-3

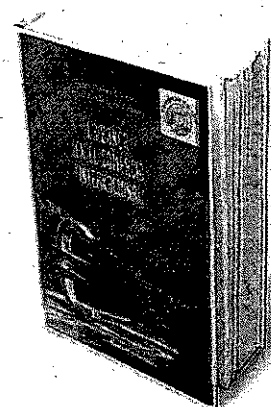
Según la última encuesta del CIS, el 40% de los españoles demanda medidas sobre conciliación. En este momento, la conciliación de la vida personal y laboral es un tema de gran actualidad, para los medios de comunicación, las empresas, la Administración Pública y para los ciudadanos. Pero existen muy pocos estudios que se centren en proponer soluciones para este problema, y muchos menos libros, por lo que este libro abre una nueva línea de «reflexión escrita» en este sentido, e incorpora una serie de herramientas muy útiles para ello.



Beautiful pyme

Autores Julio Pérez Tomé y Christopher R. Smith
Editorial McGraw-Hill
ISBN 84-481-4232-2

Este libro recoge todas las prácticas, ya probadas, sobre publicidad (imagen corporativa, marketing directo y promocional, comunicación y relaciones públicas) que una pyme debe conocer para crecer en su negocio. Los autores proporcionan un equilibrio entre la teoría y la experiencia en un amplio elenco de temas. No es «otro» manual más que resume las distintas técnicas del marketing y la comunicación. Es una guía, o recetario, para que cualquier pyme encuentre un apoyo a la hora de lanzar, desarrollar y potenciar su marca.



La Banca en el comercio internacional

Autores Diego Gómez Cáceres y Fernando Marqués Zornoza
Editorial Esic Editorial
ISBN 84-7356-438-3

La globalización imparabla en la que estamos inmersos está incidiendo directamente en el cambio de las economías en el mundo, afectando a todas las fases de la actividad empresarial y, a su vez, a las relaciones contractuales, comerciales y financieras, que están ligadas obligatoriamente al negocio de la Banca, en la que su intervención en el comercio internacional es absoluta y determinante, donde sus servicios son requeridos por los directivos de las empresas.