



## MARCA PERSONAL»»

Editorial ESIC, 2008. Andrés Pérez Ortega.

O Branding Persoal pretende axudarnos a ocupar un lugar preferente na mente doutros (xefes, colaboradores, clientes, votantes, colegas, familia, amigos,...). O concepto xurdiu en EEUU hai dez anos, pero existe dende que o home é home. O que di é: *“eu teño algo que ofrecer e ti tes unha necesidade, polo tanto podemos realizar un intercambio, pero antes debes coñecerme e confiar en min”*. A marca persoal axuda a sobresaír a aqueles que achegan valor. Un profesional que a ten traballada é alguén que pensa por si mesmo, que non deixa de medrar, que innova, que é creativo e visible.



## CONFIANZA»»

Ed. Empresa Activa, 2008. José María Gasalla e Leila Navarro.

En tempos cada vez máis incertos e cunha dinámica difícil de xestionar e controlar, faise preciso volver ao básico. Os autores apostan por recuperar a confianza para que as relacións, tanto no aspecto persoal coma no organizativo, poidan fluír e ser máis eficientes. Este é un libro escrito a dúas voces no que Leila traballa a confianza no ámbito persoal e José María no organizativo, e que nace froito da experiencia multicultural dos autores que levan varios anos percorrendo o mundo impartindo conferencias sobre este tema: crer nas persoas como o diferencial clave para acadar o éxito a partir do seu talento e compromiso.



## COMUNICACIÓN E COMPETITIVIDADE»»

Torres y Carrera e USC, 2008. Xurxo Torres.

O director xeral da consultoría de comunicación Torres y Carrera lamentábase de que o sector empresarial aínda non é consciente da importancia da comunicación en tempos de crise, malia que o modelo de participación que propicia Internet require, precisamente, ampliar as prácticas comunicativas para chegar ás audiencias. Este traballo, elaborado por TYC en colaboración coa Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago, analiza as bases da comunicación nun contorno de cambios, e afirma que as organizacións que non comunican deixan baleiro un espazo que o contorno enche de rumores que poden resultarlles prexudiciais.



## LOS CAMINOS DE LA NEGOCIACIÓN»»

Editorial Granica, 2008. Franc Ponti.

De xeito deliberado ou espontáneo, a negociación está presente nas nosas vidas en todo momento. Negociamos o noso salario e as condicións de traballo. Negociamos cos nosos superiores xerárquicos, cos nosos colaboradores e traballadores, pero tamén con amigos e fillos. Que é negociar? Franc Ponti lembra que é conseguir os obxectivos que nos propoñemos. Supón a aceptación previa da necesidade de interactuar con alguén; é unha práctica democrática que require dunha actitude de gran receptividade e de máxima tolerancia, e que sempre vai unida ao desenvolvemento persoal.