

libros



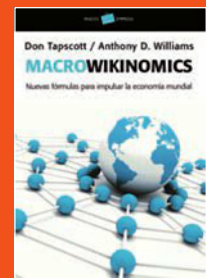
Título: Marca país. España, una marca líquida

Autor: José Miguel Sánchez Guitián
Editorial: ESIC (2012)

Este libro ofrece un enfoque estratégico para gestionar la Marca País. Como en un gran supermercado, los países compiten en el mundo por atraer turismo, vender más, captar capital extranjero o talento intelectual y laboral para engrasar la máquina de la prosperidad. Su éxito depende de la visibilidad con la que se exhiben en ese lineal metafórico del supermercado mundial, y del valor que transmite su Marca País para conquistar las preferencias de ciudadanos-turistas, gobiernos y empresas, y de ese otro cliente apátrida llamado capital.

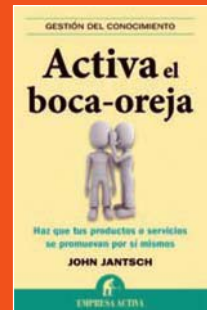
Y también...

Macrowikinomics: nuevas fórmulas para impulsar la economía mundial.
Don Tapscott y Anthony D. Williams, Barcelona: Paidós (2011)

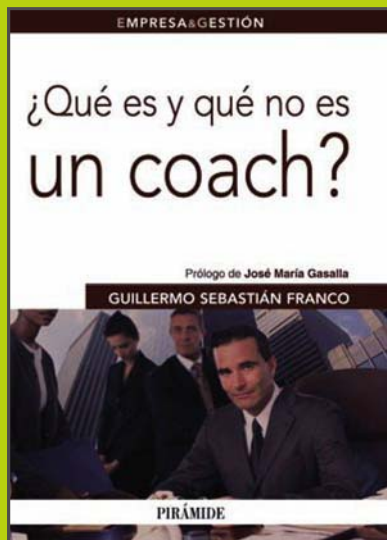
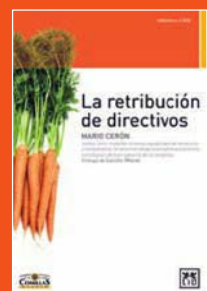


Activa el boca-oreja. Haz que tus productos o servicios se promuevan por sí mismos.

Joh Jantsch, Barcelona: Empresa Activa (2011)



La retribución de directivos.
Mario Cerón, Madrid: Lid (2011)



Título: ¿Qué es y qué no es un coach?

Autor: Guillermo Sebastián Franco
Editorial: Pirámide (2011)

El autor, a través de reflexiones, trata de dar sugerencias a los nuevos coaches que se acaban de certificar, basándose en su larga experiencia en el coaching ejecutivo profesional. Tampoco se olvida de los directivos que tienen que contratar el servicio profesional de un coach, a los que trata de exponerles -de un modo sencillo- en qué consiste un proyecto completo de coaching ejecutivo individualizado. Todo esto se explica con un caso real novelado, preservando la identidad de las organizaciones.