



A toda marcha
Harry Paul y
Ross Reck
Ed. Urano
160 páginas
10,50 euros



Princing: nuevas estrategias de precios
José de Jaime
Eslava
Ed. Esic
296 páginas
18,27 euros



Trabajadores competentes
Antonio Blanco
Prieto
Ed. Esic
240 páginas
19 euros



Anatomía de las crisis financieras
Jaime Requeijo
Ed. McGraw Hill
256 páginas
19,76 euros



Marketing bancario relacional
J. C. Alcaide y C.
Soriano
Ed. McGraw Hill
256 páginas
20,95 euros

En busca de resultados extraordinarios

El autor del *best seller Fish!*, Harry Paul, cuenta cómo aumentar la productividad y obtener resultados a través de tres claves sencillas: ganarse la confianza de los demás, recompensar cualquier esfuerzo y mantener el nivel de energía positiva. El coautor de este libro, Ross Reck, es también conferenciante y consumado autor de libros de gestión.

Análisis de la fijación estratégica de precios

En los últimos años, el marketing ha cobrado tanta importancia que ha dado lugar a diversas especializaciones, siendo el *pricing* uno de ellas. Este manual se detiene en esta importante estrategia de retención de clientes poniéndola en relación con elementos como canal de venta, ciclo de vida de producto, costes relevantes, etcétera.

Gestión de recursos humanos por competencia

En esta obra describe las características de la gestión por competencias aportando lecturas y temas para la reflexión. Además, para facilitar la comprensión del concepto de competencia se incluye un anexo con la descripción de 117 competencias que han sido identificadas por diferentes autores como las más relevantes.

Cómo ir al origen de las crisis financieras

El autor trata de ofrecer claves para entender la dinámica de las crisis financieras, algo inevitable en un contexto incluso como el actual dada la existencia de economías emergentes. De lectura ágil, el buen documentado texto se lee con agrado y proporciona elementos de juicio para entender el complejo contexto macroeconómico global.

Fidelización de clientes en el sector bancario

El libro pretende explicar las estrategias y tácticas que están aplicando o deberían aplicar los bancos y las entidades financieras para lograr, en la práctica, tener al cliente como aliado, buscando la relación vitalicia, duradera y rentable, como única salida en un entorno competitivo tan agresivo como el actual.