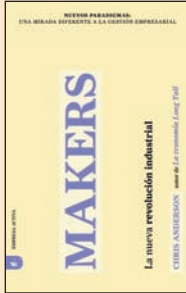


Makers

Autor: **Chris Anderson**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **18 euros**
Páginas: **352**



Chris Anderson, el consagrado inventor del término de la economía Long Tail, sigue analizando cómo serán las sociedades que vienen y el futuro de los distintos modelos de negocios. A su juicio, durante los últimos diez años se han buscado formas de crear, inventar y trabajar en la Web. En el próximo decenio estas lecciones se aplicarán al mundo real.

Este libro se adentra en lo que el autor llama el Movimiento Maker, que lo forma un grupo de personas que diseña y produce sus propios productos abarcando una gran variedad de actividades, desde la artesanía tradicional a la electrónica de alta tecnología. Pero los Makers están haciendo algo nuevo. En primer lugar, utilizan herramientas digitales y el diseño en pantalla y producen cada vez más a través de máquinas de fabricación personal por ordenador. En segundo lugar, son la generación Web, por lo que instintivamente comparten en línea sus creaciones.

Guía del Social Media Marketing

Autores: **Hugo Zunzarren y Bertol Gorospe**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **16 euros**
Páginas: **231**



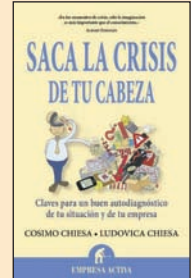
Los avances en materia de Social Media de los últimos años han sido, son y seguirán siendo espectaculares. El nivel de digitalización de la población y de las empresas es cada vez mayor. Las decisiones de compra se toman en Internet y las compras ya se efectúan cada vez más a través de este medio. Los consumidores entablan conversaciones sobre sus marcas y productos en la red; las alaban, las critican, las detestan, las aman y buscan relacionarse con ellas a través de experiencias digitales.

A día de hoy no hay nada establecido y por supuesto, no sabemos dónde vamos a terminar, pero es imprescindible arrojar una luz sobre las opciones que ahora mismo nos brinda el Social Media tanto desde un ámbito profesional como personal. El cambio no se acerca, el cambio ya llegó para instaurarse como definitivo. Las relaciones personales y profesionales han cambiado y lo seguirán haciendo, nos guste o no.

Desde cómo hacer un blog y sus diferentes posibilidades, hasta cómo gestionar una red social interna; en este libro se desgranarán las posibilidades que nos brinda el Social Media y sobre todo cómo sacarles provecho en un entorno profesional y personal.

Saca la crisis de tu cabeza

Autores: **Cosimo Chiesa y Ludovica Chiesa**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **14 euros**
Páginas: **192**



La crisis ha hecho mella en las empresas españolas y parece no tener fin. Desde 2007 sólo en España han desaparecido más de doscientas mil compañías, llevándose consigo los puestos de trabajo de millones de empleados de todos los niveles organizativos. La delicada situación económica está afectando negativamente al ánimo de muchos profesionales. Pero caer en el desánimo empeora la situación. Saca la crisis de tu cabeza ayuda a descubrir e implantar un modo práctico de superar el desánimo y la adversidad surgidos a consecuencia de la crisis. A través de una entretenida narración, un ejecutivo va aprendiendo la importancia de las actitudes y las creencias limitantes, así como muchas cosas sobre liderazgo, inteligencia emocional y la gestión diaria que le permitirán abrirse camino en cualquier situación, por compleja que resulte.

Sus autores, Cosimo Chiesa y Ludovica Chiesa, subrayan la importancia de tener una visión completa y equilibrada de la vida del directivo y animan a incorporar grandes dosis de creatividad y compromiso para tomar importantes decisiones que eviten la caída por el precipicio y ayuden a la supervivencia y crecimiento de las empresas. Para ello abogan por buscar sinergias en todos los departamentos de la compañía, los cuales deben trabajar juntos para alcanzar un objetivo y una visión común.

Marketing Público

Investigación, aplicaciones y estrategia

Autores: **Ramón Rufín Moreno y Cayetano Medina Molina**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **22 euros**
Páginas: **318**



Marketing Público. Investigación, aplicaciones y estrategia* es el primer libro publicado en España que abarca el fenómeno del marketing público en su sentido más amplio y desde la perspectiva de Internet y otras tecnologías contemporáneas de la información y las telecomunicaciones. También es de los pocos textos existentes que abordan con rigor y actualidad estos temas, partiendo de investigaciones empíricas de los autores y la utilización de herramientas estadísticas de última generación.

También encontrará el lector un profundo tratamiento del comportamiento de los consumidores y usuarios en el Marketing Público, así como la investigación de dicho comportamiento y la planificación estratégica y operativa de este campo.

Marketing Público. Investigación, Aplicaciones y Estrategias es un proyecto que tuvo su origen en el Máster Universitario en Dirección Pública, Hacienda Pública, Políticas Públicas y Tributación de la UNED y el Instituto de Estudios Fiscales.