

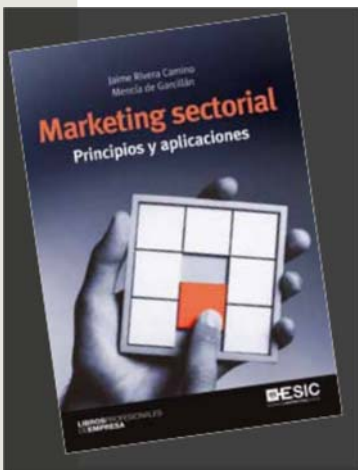
Título: Técnicas de marketing viral
Autores: Miguel Ángel Montañés del Río; César Serrano Domínguez; y José Aurelio Medina García
Editorial: ESC, 188 págs.
Resumen: La comunicación es algo innato a todo ser humano. No es posible evitarla, ya sea de modo formal o informal, siempre estamos enviando mensajes a nuestros iguales con algún tipo de propósito. El marketing viral está concebido para

que las ideas se propaguen entre las personas de igual modo que lo haría un virus biológico, gracias a la democratización en el uso de Internet. La misión del marketing viral es que un mensaje, por lo general con contenido comercial – aunque no necesariamente –, más o menos explícito, tenga la capacidad de involucrar a sus receptores y que éstos se encarguen, voluntariamente, de su retransmisión entre sus contactos y allegados. Este libro enseña los conceptos básicos del marketing viral, así como las principales técnicas que se utilizan para su desarrollo práctico, todo ello desde una perspectiva de gestión.



Título: La vuelta al mundo de la empresa en 500 tweets
Autor: Agustín Medina
Editorial: Plámide, 128 págs.
Resumen: Agustín Medina y 39 cualificados profesionales de diferentes áreas de la empresa han resumido en 500 tweets toda su dilatada experiencia para triunfar en el mundo de los negocios. Quiérentos consejos

para emprendedores que se inician en la aventura empresarial, o para empresarios experimentados que quieren contrastar sus experiencias con las de los autores de esta singular obra. Son mensajes que pretenden proporcionar el realismo o práctico imprescindible para alcanzar el éxito. El libro se estructura en diversos capítulos que tratan sobre conceptos clave a tener en cuenta al crear una empresa: liderazgo, marca, el cliente, la investigación, pasando por las redes sociales, las ventas e incluso el desarrollo personal o coaching. Todo contado en 140 caracteres.



Título: Marketing sectorial
Autores: Jaime Rivera Camino y Mónica de Garcillán
Editorial: ESC, 390 págs.
Resumen: Se asume que en los sectores existe una gran rivalidad entre empresas que ofrecen productos y servicios prácticos entre sí. Por ello, la práctica y aplicación del marketing sectorial puede ayudar a que los directivos vean que el cliente perciba su oferta como exclusiva. Actualmente ya son reconocidos algunos casos de éxito en el marketing

sectorial, como por ejemplo el llamado marketing turístico que ha conseguido dar a conocer rincones casi inaccesibles de la geografía mundial entero. Otro ejemplo es el marketing político último año muy ligado a las redes sociales donde los líderes intentan establecer contacto directo con la población para tratar de conocer sus impresiones y promover conversaciones para conocer sus necesidades sociales.

Por tanto, se sugiere que los directivos trabajen de manera más activa este tipo de marketing porque permitirán que sus empresas puedan triunfar debido a que pueden ofrecer su producto/servicio de manera rápida, innovadora y diferencial.



Título: El método del Dr. Neira
Autor: José María Neira
Editorial: Grijalbo, 216 págs.
Resumen: La actual sensación de KO producida por la crisis social y económica induce al abatimiento anímico y mental, provocando en muchos casos trastornos irreparables de la salud. Los avances médicos de las últimas décadas han alargado la vida más allá de los noventa años, pero ¿en qué condiciones llegaremos a una edad tan avanzada? El doctor Neira asume el

reto de ayudarnos a lograr la motivación, alimentación, actividad física y bienestar conjunto son los cuatro pasos saludables del doctor Neira para vivir más y mejor. No es una dieta para bajar de peso, es una filosofía de vida para llegar a un equilibrio entre la alimentación y la actividad física, encontrar la motivación necesaria para emprender un nuevo camino saludable y conocer la mejor manera, científica y natural, para retasar el rendimiento de nuestro cuerpo. El método del doctor Neira es su primer libro, en el que ha compilado todo su saber como experto en los estilos de vida saludables. «Este método es fruto de mi experiencia en el deporte profesional durante más de treinta años».

