

“MARKETING DE CRISIS. CÓMO CRECER CUANDO LOS MERCADOS NO CRECEN”

A. Andrés Almada



“Son pocos los que ofrecen, como este libro, medidas concretas a los empresarios para salvar sus empresas”, publicaba el periódico La Razón.

En ningún otro momento de la historia se produce tanta transferencia de riqueza como durante las épocas de crisis. Con una aplastante lógica darwinista, unas empresas ganan y otras mueren. Este libro responde a la siguiente pregunta: ¿Qué hacen exactamente aquellas empresas que sobreviven cuando todo parece estar en su contra? Con multitud de ejemplos reales y más de medio centenar de estrategias, ‘Marketing de crisis’ **es la obra de referencia para salir fortalecidos cuando todo a nuestro alrededor comienza a derrumbarse.**

“El autor de este manual propone una estrategia anticrisis que ayuda en la toma diaria de decisiones”, La Vanguardia. “Este libro contiene las herramientas fundamentales para afrontar la crisis incluso salir fortalecidos de ella”. Revista Empresa Siglo XX.

“Finalmente llega al mercado un libro destinado a dar a los directivos españoles soluciones concretas”, Dossier Empresarial.

“Marketing de crisis propone soluciones concretas y fáciles para poner en práctica”, revista El Exportador.

“De forma brillante nos muestra más de cincuenta estrategias muy pero que muy interesantes, que ya me han aportado ideas para implantar en mi empresa”, Eduardo López, agencia h2E.

Editorial: Pirámide
Precio: 29,50 euros

“TRABAJA CON RED. CÓMO USAR LAS REDES SOCIALES PARA ENCONTRAR O CAMBIAR DE TRABAJO”

J. Merodio



Todos los ámbitos están cambiando a pasos agigantados. El sector de los recursos humanos no se queda atrás y está aplicando distintas técnicas de marketing 2.0 y redes sociales en la captación de talentos para nuevos puestos de trabajo.

Son muchos los beneficios que ofrece el uso de las redes sociales a la hora de encontrar un trabajo, entre ellos la posibilidad de llegar a mayor número de personas, hacer visible en el mercado nuestras actitudes y aptitudes o encontrar trabajos que no se anuncian por canales tradicionales.

A lo largo de este libro el autor profundiza en las distintas estrategias que se pueden seguir para encontrar un trabajo acorde a tu formación y experiencia. Para ello analiza el uso de distintas redes sociales como LinkedIn, Facebook o Twitter y explica cómo manejarlas y qué beneficios aportan cada una de ellas.

Editorial: LID
Precio: 19,90 €

“FUNDAMENTOS DE MARKETING”

A. E. Talaya y J.A. Mondéjar Jiménez



El actual dinamismo de las acciones de marketing que realizan las empresas y las amplias posibilidades que supone la utilización de internet, las redes sociales y los dispositivos móviles configuran cambios constantes en las preferencias y gustos de los consumidores. Con vocación de presentar de forma clara, práctica y actualizada este dinamismo junto con los conceptos relevantes de la estrategia comercial **nace la obra Fundamentos de Marketing.**

Distinguir entre marketing estratégico y operativo, analizar la dirección de marketing en la empresa, estudiar el comportamiento del consumidor y de las organizaciones, analizar el entorno de marketing, conocer la demanda y la competencia, segmentar el mercado e incidir en la necesidad de las investigaciones comerciales son algunos de los principales temas que conforman Fundamentos de Marketing.

Esta obra es fruto del trabajo de un conjunto de profesores universitarios con una dilatada experiencia que han sabido aunar en este libro las bases consensuadas del conocimiento del Marketing junto con el aprendizaje procedente de las mejores prácticas comerciales realizadas por las principales empresas nacionales e internacionales, todo ello adaptado a la realidad de las actuales condiciones de los mercados.

Además, los lectores tendrán acceso web a un material complementario de los temas tratados en el libro no incluidos en el texto: vídeos, noticias, informes, gráficos y esquemas, enlaces de interés, entre otros.

Editorial: ESIC Editorial
Precio: 18 euros

“APRENDER A EMPRENDER. CÓMO NACEN, CRECEN Y SE CONSOLIDAN LOS JÓVENES EMPRENDEDORES”

V.Molina



Siempre se ha dicho que España no es un país de tradición emprendedora, ni industrial. Bastantes de las pocas multinacionales que tenemos hoy en España son empresas estatales y privatizadas, pero las cosas han cambiado.

Asistimos a una proliferación de empresas de reciente creación, muchas tecnologías, fundadas y capitaneadas por emprendedores que emergen con fuerza en medio del cataclismo financiero que nos atenaza. Y de ellas trata este libro, de Atrápalo, Chokolat Factory, Buelespace, Starlab, Meridia Capital, Impact Media, Rusticae, Vitalia o Tuenti, entre otras.

«Vis Molina se ha transformado en una gran electricista de las energías que discurren y desprenden algunos humanos, y ha hecho un trabajo más que importante: conectar los más electrizantes y luminosos destellos de algunos con la inquietud de tus baterías cerebrales. Pura toma de corriente.» Joaquín Lorente, publicista y autor de los bestsellers Piensa, es gratis y Tú puedes. «Los emprendedores son, de alguna forma, los nuevos héroes de nuestra época, como antes lo fueron guerreros y exploradores. Fruto, reflejo y guía de nuestro entorno, en Aprender a emprender Vis Molina muestra además el ejemplo de su gran función social como símbolo de cambio y transformación de nuestra sociedad en la dirección adecuada.» Carlos Barrabés, emprendedor.

Editorial: Conecta
Precio: 15,90 euros