



■ Avanzado. Claves para sobrevivir y vencer

Oriol Amat - *Pilar Lloret*

Edita: **Profit**- páginas 264 - 2014

Libro de empresa que comparte las estrategias y las tácticas que explican el éxito de las empresas que consiguen generar más riqueza. No es fácil crear una empresa, y menos aún conseguir que sobreviva y crezca. Para avanzar, las empresas han de ir tomando decisiones que les permitan encontrar y ampliar su espacio en el mercado. Estas decisiones son como en una partida de ajedrez donde el movimiento estratégico de cada una de las piezas, así como la reacción del adversario puede llevar a ganar o perder; o su equivalente en el mundo de la empresa, permanecer en el mercado y obtener beneficios; o desaparecer. El principal objetivo de este libro es exponer factores clave que contribuyen el éxito empresarial y los factores que favorecen que el éxito se mantenga a lo largo de los años. - Expone buenas prácticas en relación al equipo humano en la empresa, diseño y mejora del modelo de negocio. - Muestra las principales causas de fracaso empresarial. - Se incluyen casos prácticos de empresas de diferentes sectores en la mayor parte de los temas tratados con el fin de poder visualizar mejor las propuestas de mejora que se realizan.

P.V.P.: 16,85 Euros.....**Precio Socio: 14,30 Euros**



■ Turismos de interior. Planificación, comercialización y experiencias

Coordinador: Francisco Javier Melgosa Arcos

Edita: **Pirámide** - páginas 512 - 2013

El turismo ha contribuido al conocimiento y al reconocimiento internacional de España. Junto al turismo tradicional de sol y playa, en las últimas décadas han ido surgiendo otras tipologías como el turismo cultural, el rural o el urbano que han sido y son ejes fundamentales del bienestar y desarrollo de muchos pueblos y ciudades españolas. En esta obra se abordan, desde un punto de vista multidisciplinar, modalidades de turismo que se desarrollan, principalmente y no de forma exclusiva, en destinos de interior. La publicación se estructura en cuatro partes. La parte primera, sobre «Valoración, ordenación y planificación», trata la estimación del valor económico, la regulación administrativa y la planificación turística de los destinos patrimoniales de interior (entendiendo por tales aquellos conjuntos urbanos o territorios donde los recursos patrimoniales constituyen su principal atractivo turístico). La parte segunda, titulada «Comercialización, comunicación y marketing», analiza la comercialización del turismo de interior, con especial atención a: • La comercialización en el extranjero. • La comunicación turística. • La construcción de la imagen de destino a través de la publicidad institucional. La parte tercera aglutina varios capítulos en torno al título «Patrimonio cultural, gestión y turismo cultural» para tratar aspectos de diversa índole como la valorización, la gestión del patrimonio y algunos ejemplos de recursos turísticos con el soporte del patrimonio cultural (museos, exposiciones, itinerarios culturales, etc.). Y la cuarta y última parte, con el título «Experiencias turísticas en el medio natural y nuevos productos turísticos de interior», contiene trabajos sobre dinamización de espacios naturales, turismo rural, enoturismo, turismo activo, turismo sénior y rutas turísticas vinculadas a series de televisión.

P.V.P.: 46,50 Euros.....**Precio Socio: 39,50 Euros**

■ Economía en 365 preguntas

Leopoldo Abadía

Edita: **Espasa** - 200 Páginas - 2013

En La economía en 365 preguntas el autor nos enseña como tenemos que desenvolvernos en esta nueva España. Abadía está considerado un "gurú" en el tema de la Economía y

variables que el emprendedor debe tener en cuenta, y aporta los testimonios y las experiencias de otros emprendedores que, en muchos lugares del mundo, recorrieron el mismo camino con anterioridad. Se trata de consejos para hacer las cosas bien y para no cometer los errores que algunos cometieron. Ideas básicas para facilitar el camino y reafirmar las convicciones de que emprender un negocio es el mejor negocio que se puede hacer en la vida.

P.V.P.: 15,50 Euros.....**Precio Socio: 13,15 Euros**

■ Ser más persuasivo. Aumenta tu capacidad de influir en los demás

Carlos Luna Calvo

Edita: **ESIC** - páginas 232 - 2013

Por primera vez un creativo publicitario nos desvela los trucos de la persuasión publicitaria y cómo usarlos en nuestras vidas. ¿Tuvo alguna vez la impresión de que podía haber negociado mejor algún aspecto de su vida? ¿Cree que podrían despertar más interés sus charlas, reuniones, emails, etc.? Averigüe cómo convertir un simple clip en un objeto de deseo para una ama de casa, un notario, o un ejecutivo... Descubra el método «Matizarget», las promesas envueltas, el efecto «sí, sí», la dieta para adelgazar lenguajes... Veinticuatro claves más un secreto basadas en la psicología social, la publicidad y el marketing directo para lograr más «sí» en nuestras vidas. Una lectura obligada para directivos, padres, profesores, políticos, vendedores, creativos, y todo aquel que desee conseguir que digan casi siempre «sí» a sus propuestas.

P.V.P.: 15,00 Euros.....**Precio Socio: 12,75 Euros**

■ Buzz marketing el poder del boca a boca. Cómo las marcas inteligentes logran que se hable de ellas

Andy Sernovitz

Edita: **Anaya Multimedia** - 192 Páginas - 2013

Aunque existan muchas claves para que una marca funcione, es indudable que una de las más importantes es que sea conocida, que se hable mucho de ella. ¿Quiere ver crecer la influencia sobre sus clientes y dentro de su empresa? ¿Desea construir una comunidad sólida alrededor de su marca? ¿O quizá lo que busca es defender una causa o promover ideas? El llamado Buzz Marketing es tan reciente, elemental y evidente como la verdad. La idea consiste en proporcionar a los otros una razón sencilla que contribuya a que se hable de su marca, con la significativa certeza de que tendrá el valor de lo espontáneo. Si desea comprender cómo controlar las comunicaciones interpersonales para dirigir su negocio, hágase con este libro. No precisa ser un genio de la comercialización; tampoco el titular de una agencia de publicidad. El marketing boca a boca trata sobre gente real; habla del impulso que los conduce a hablar de usted y de sus productos. Funciona para todo; incluso es eficaz con causas, ideas, organizaciones benéficas, empresas y cualquier cosa de la que usted pretenda que se hable. El impacto, sin duda alguna, superará sus expectativas. Con las herramientas que aporta el reconocidísimo Andy Sernovitz -blogs, conferencias, ejemplos y anécdotas- logrará tener clientes más motivados y entusiastas, y un considerable ahorro en marketing y publicidad. El prólogo y el epílogo están escritos por los profesionales del marketing más brillantes del mundo: Seth Godin y Guy Kawasaki.

P.V.P.: 19,90 Euros..... **Precio Socio: 16,95 Euros**

PEDIDOS DE LIBROS A SERVIAECA - Servicio exclusivo al socio:

Raquel Garrido - info@aeca.es

Teléfono: 91 547 37 56 - 94 547 37 56

Plazo aproximado de entrega de pedidos: **15 días**. Consultar gastos de envío.

[Visitar Web SERVIAECA](#)

