



Relatos Humanos

La vida dentro de una empresa

Relatos Humanos es un libro coral que cuenta una historia sobre la realidad de las organizaciones, sobre cómo viven los empleados y directivos la aventura de un negocio al que no le queda más remedio que adaptarse al cambio para no desaparecer, donde el clima es tenso y no dejan de sucederse situaciones tan reales como la vida misma: despidos, promociones, prejubilaciones, cambios en la dirección, etc.

A lo largo de sus páginas, los autores, diez directores de Recursos Humanos, descubren su visión sobre las experiencias y vivencias de las personas que conforman las empresas y cómo abordan los retos de la gestión humana en su día a día.

Publicado con la colaboración de 360 Talent y Randstad, este libro habla del Humano y no del Recurso; habla del entorno laboral, con sus sentimientos, ambiciones, frustraciones, soledad, lealtades y traiciones. Una obra para disfrutar y entender lo que las personas son capaces de hacer para alcanzar sus sueños.

Coordinador: Manuel Pozo

Editorial: LID Editorial

Cómo tomamos decisiones

El lado instintivo del consumidor aplicado al marketing

Hoy los consumidores se enfrentan a más elecciones, a través de más canales y en un mundo que parece moverse más rápido que nunca, por lo que para tener un mayor éxito en las acciones de marketing es necesario comprender cómo es el proceso de toma de decisiones.

Con más de 25 años de experiencia en estrategia de marca, Matthew Willcox ofrece en este libro las claves para profundizar en dicho proceso, y poder repensar la estrategia de marketing teniendo en cuenta las decisiones de los consumidores.

No se trata de un tratado de ciencia, ni siquiera de negocios o gestión de marca, en un sentido convencional. *Cómo tomamos decisiones* aborda cómo y por qué la gente realiza determinadas elecciones, y lo que eso significa para las marcas y las empresas. Un libro que explora cómo las Ciencias del Comportamiento y los hallazgos científicos relacionados arrojan luz sobre la naturaleza humana, y su efecto en las decisiones.

Autor: Matthew Willcox

Editorial: Pearson

