



FUNDAMENTOS DE DIRECCION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA

Autor: José Emilio Navas López

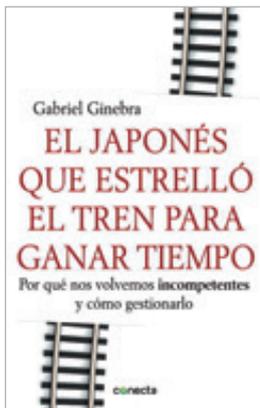
ISBN: 9788491358848

Año: 2016

Este libro es un manual de trabajo introductorio en el que se integran las cuestiones y problemas más relevantes que conforman el cuerpo teórico del modelo directivo conocido como la Dirección Estratégica de la Empresa.

El presente texto trata de servir de soporte básico para la formación universitaria de los alumnos de grado en Administración y Dirección de Empresas y de otras carreras afines, interesados en las materias relacionadas con la Dirección y la Estrategia de la Empresa. El libro está especialmente indicado para cursos cortos y adaptados a la metodología docente propuesta por el Espacio Europeo de Educación Superior (Acuerdo de Bolonia).

También puede ser de gran utilidad, como una primera aproximación, para aquellos estudiantes que sigan cursos de post-graduado en Universidades, Escuelas de Negocios o entidades similares, en áreas especializadas relativas a la Estrategia Empresarial, así como un punto de referencia obligado para todos los profesionales y hombres de empresa que, desde el mundo de la práctica, asumen una visión eminentemente aplicada de los negocios y tienen la responsabilidad de la consultoría o la dirección de las empresas.



EL JAPONES QUE ESTRELLÓ EL TREN PARA GANAR TIEMPO

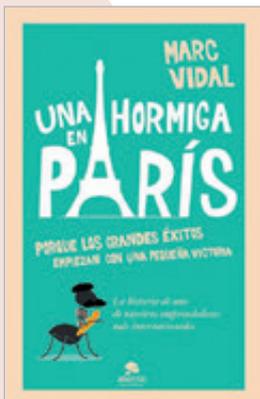
Autor: Gabriel Ginebra

ISBN: 9788415431190

Año: 2012

Las empresas padecen una especie de esquizofrenia entre las mezquindades que reinan en el día a día y los ingenuos discursos sobre la búsqueda de la excelencia. El orgullo, la pereza o la rutina no suelen mencionarse en los libros de gestión, pero sí se instalan nuestras oficinas. La excelencia no resulta el mejor planteamiento para trabajar; no es verdad que si se quiere se puede, ni que lo que no se mide no se puede gestionar. Aunque somos capaces de hacer muchas cosas, no podemos realizarlas todas a la vez, y encima todas bien. Las relaciones con los jefes siempre son tensas, y ¿no

es verdad que los mensajes clave se dan en los pasillos en lugar de en las reuniones? ¿Por qué redactar tantos manuales de procedimiento si no los leemos? Gabriel Ginebra quiere, desde la ironía, echar por tierra tópicos tan asentados como la necesidad del cambio o de la motivación para trabajar. El japonés que estrelló el tren para ganar tiempo es una forma nueva de ver la realidad empresarial. Una forma tan radicalmente nueva y tan real que no es otra cosa que volver a lo de siempre, para reivindicar que las personas de carne y hueso ocupen realmente el lugar principal en las empresas.



UNA HORMIGA EN PARÍS

Autor: Marc Vidal

ISBN: 9788415678489

Año: 2013

Un tipo de 42 años sentado en una mesa de negociación con una de las más importantes empresas del mundo. La oferta de compra de su proyecto es suculenta. Sin embargo, y contradiciendo toda lógica, dice no. Una hormiga en París es un corto relato escrito en primera persona por el emprendedor de éxito Marc Vidal. Es un libro divertido pero realista, íntimo pero didáctico. Durante casi un centenar de páginas el autor explica cómo se puede innovar fracasando, sobrevivir a una decisión dura y a sobreponerse con creatividad. El hilo conductor es esa vivencia personal del autor, sucedida en París hace ya más de veinte años.