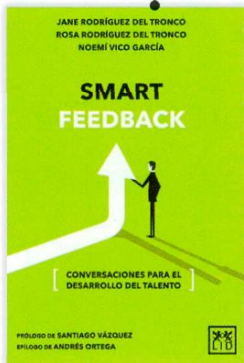


→ SMART FEEDBACK

El problema muchas veces son las conversaciones, simples conversaciones que pueden derivar en situarnos en buena posición para el éxito o abocarnos a no avanzar. Talento, liderazgo y coaching se mezclan en este libro, pero las autoras van mucho más allá porque a partir de sus conversaciones con distintas organizaciones, equipos y personas, toman conciencia de que el feedback es un tema recurrente. Por eso Smart Feedback se dirige a que esas conversaciones sean una posibilidad para el desarrollo de las personas, tanto de talento en el ámbito profesional y académico como en el entorno más personal.



LID Editorial
Jane Rodríguez del Tronco, Rosa Rodríguez del Tronco, Noemí Vico
224 pág.



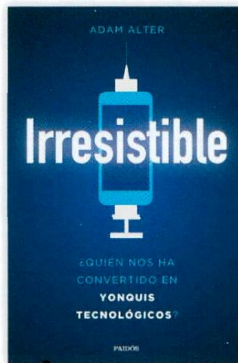
Gestión 2000
Jürgen Meffert y Pedro Mendonça
328 pág.

→ UNO O CERO

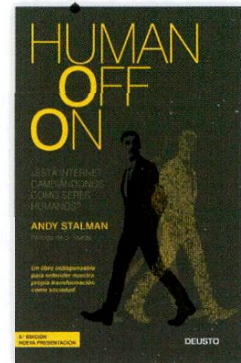
Si una empresa duda actualmente sobre si debe o no meterse de lleno en la transformación digital, es que ya va tarde. La buena noticia es que toda organización está a tiempo de subirse al carro y pensar en el futuro. Eso sí, llevar al éxito una empresa a través del liderazgo no es sencillo y quien quiera hacerlo tiene que replantearse todas las estructuras, procesos y productos a gran escala. Y en ese punto surge lo que se denomina como Digital@Scale, para sacar a las empresas del estancamiento.

→ HUMANOFFON

El mundo digital ha transformado nuestra vida y tenemos que aprender a vivir entre dos mundos, el online y el offline. Nos lleva a un hombre nuevo, el 'Humanoffon', la clave del éxito en esta era digital. Se calcula que dentro de cincuenta años todo estará automatizado menos las emociones humanas. La digitalización supone la llegada de las máquinas, los robots, la inteligencia artificial, la transformación de todo lo conocido. Pero el talento humano será tan necesario como imprescindible. Y si alguien le preocupa pero a la vez le apasiona el futuro, hay que leer Humanoffon.



Paidós
Adam Alter
320 pág.



Deusto
Andy Stalman
368 pág.

→ IRRESISTIBLE

Es la realidad: somos yonquis tecnológicos y estamos obsesionados con el correo electrónico, los 'me gusta' en las redes sociales y la actividad permanente. Preferíamos rompernos una pierna a perder el móvil. Todo eso no descubre nada nuevo, nada que no nos esté sucediendo ya a la mayoría de nosotros. Pero este libro plantea un análisis de los mecanismos de las adicciones del comportamiento para explicar cómo dar buen uso a estos productos adictivos. Por ejemplo, para mejorar la forma de comunicarnos, de gastar y ahorrar dinero o de marcar las fronteras entre el trabajo y el ocio.