

HISTORIA DEL DISEÑO

RENATO DE FUSCO

Santa & Cole. Barcelona, 2005. 420 págs.
ISBN 84-934626-2-4

Veinte años después de su primera publicación, esta obra pionera sigue sin ser superada. En ella, Renato de Fusco traza la aproximación más rigurosa, reflexiva y realista sobre la fenomenología del diseño industrial. Hasta la entrada de De Fusco la historia del diseño era vista generalmente como subsidiaria de la historia de la arquitectura. Para subsanar este vacío teórico y analizar el diseño desde su especificidad y autonomía, De Fusco propone en esta obra un "artificio historiográfico" consistente en establecer cuatro momentos o factores interrelacionados, que suponen una suerte de estructura invariablemente presente en todas las manifestaciones del verdadero diseño: el proyecto, la producción, la venta y el consumo; su célebre *quadri-foglio* o trébol de cuatro hojas, ampliamente adoptado luego por múltiples autores. Una vez establecidos los parámetros estructurales del *quadri-foglio*, De Fusco traza un recorrido que va desde la imprenta hasta nuestros días, no para normar qué es el diseño sino para describir cómo se manifiesta, ofreciendo un discurso culto y ameno que termina por centrar una idea concisa y unitaria del diseño y sus implicaciones. La presente edición incorpora las relevantes modificaciones y adiciones introducidas en 2002.

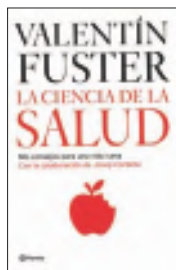


LA CIENCIA DE LA SALUD

VALENTÍN FUSTER

Planeta. Barcelona, 2006. 300 págs.
ISBN 84-08-06620

¿Cómo conseguir un peso adecuado y mantenerlo? ¿Cómo dejar de fumar y no recaer? ¿Cómo sobrevivir al estrés? El cardiólogo Valentín Fuster ofrece consejos básicos para cuidar la salud y mejorar la calidad de vida. El libro puede leerse de principio a fin o ser consultado ocasionalmente. Presenta en un lenguaje claro y ameno, ilustrado con ejemplos de pacientes anónimos, lo que la medicina sabe hoy día sobre algunos de los problemas de salud que más preocupan a los ciudadanos: el control del peso, la dieta ideal, el colesterol, la actividad física, la tensión arterial, los chequeos de salud, el consumo de alcohol, la adicción al tabaco, el estrés y hasta la felicidad.



TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA CALIDAD

MARTA SANGÜESA SÁNCHEZ Y OTROS

Thomson Paraninfo. Madrid, 2006. 296 págs.
ISBN 84-9732-406-4

La obra reúne los contenidos teóricos del área de calidad con una parte práctica donde se presentan tres casos basados en la experiencia de Volkswagen Navarra. Gracias al continuo empleo de ejemplos y el apoyo de los temas prácticos, se consigue un aprendizaje sencillo, riguroso y sobre todo muy práctico de los principales conceptos dentro del campo de la gestión de la calidad. Dirigido principalmente a alumnos universitarios con el objetivo de proporcionarles unos sólidos conocimientos sobre la gestión de la calidad, pero además a cualquier persona con inquietud por introducirse en el área de la calidad o que quiera conocer más acerca de la calidad en el sector del automóvil.

GENES, CHICAS Y LABORATORIOS

JAMES WATSON

Tusquets Editores. Barcelona, 2006. 408 págs.
ISBN 84-8310-453-9

Cuando sólo tenía 25 años, James Watson tuvo la inteligencia, la inspiración y la fortuna de descubrir, junto con su amigo Francis Crick, la estructura en doble hélice del ADN. Eso ocurría en 1953, y lo que siguió fue una emocionante y durísima competición para continuar desentrañando los secretos de la vida. Este libro es el relato, reboante de humor, ironía y nostalgia, de aquellos turbulentos y fascinantes años cincuenta y sesenta, de la incansable actividad de las mejores cabezas científicas de la época, así como de la intensa y a menudo disparatada vida social de los campus universitarios.

APRENDER COMUNICACIÓN DIGITAL

NEUS ARQUÉS I SALVADOR

Ediciones Paidós. Barcelona, 2006. 128 págs.
ISBN 84-493-1873-4

En internet las marcas hablan y las palabras venden. Su formato es el hipertexto y tiene sus propias reglas de juego: el usuario ya no lee sino que escanea la pantalla en busca de información. ¿Cómo captamos su atención para transmitirle nuestro mensaje? Este manual presenta de modo práctico las tres funciones de la comunicación digital: informar, orientar y persuadir. Veremos cómo se organiza y se lee un mensaje en Internet teniendo en cuenta las reglas básicas de redacción; de qué manera posicionan nuestro sitio los buscadores y cómo optimizar nuestro texto para obtener mejores resultados.



ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

JESÚS GARCÍA TENORIO RONDA

Thomson Paraninfo. Madrid, 2006. 296 págs.
ISBN 84-9732-456-0

Esta obra desarrolla, de forma sintética, las materias que constituyen la organización de empresas. El origen de los contenidos se sitúa en los enfoques contemporáneos de la teoría organizativa, a la que se incorpora el efecto del contexto en la dirección moderna. A partir de estos dos antecedentes, se desarrollan en capítulos sucesivos los grandes bloques que definen a esta materia: el proceso de formulación estratégica y el proceso de implantación estratégica.

LAS SIETE DISCIPLINAS BÁSICAS DE UNA EMPRESA COMPETITIVA

MICHAEL E. GERBER

Paidós Empresa. Barcelona, 2006. 520 págs. ISBN 84-493-1864-5

Basándose en los principios innovadores de *El mito del emprendedor*, este libro presenta un programa práctico pensado para ser aplicado en el mundo real y en tiempo real en su empresa. Desarrollado a lo largo de varias décadas con miles de clientes que han alcanzado el éxito, el programa de Gerber para liderar empresas adopta y completa el punto de vista del *e-myth*. Partiendo de la vitalidad de espíritu y de la visión de empresa, esta obra explora la importancia crucial de la pasión, el propósito y la práctica para el éxito de cualquier proyecto empresarial. Gerber demuestra que la mayoría de las empresas fracasan a causa de una crisis de la visión, que genera una actividad mal dirigida. Mediante ejercicios prácticos, orienta a los propietarios de empresas pequeñas para que recuperen su visión y su pasión. El credo del *e-myth* («No trabaje en su empresa, trabaje para ella») se desarrolla mediante las siete disciplinas esenciales que siguen todas las empresas de categoría mundial. Cada una de estas disciplinas aporta las claves del liderazgo que abren la puerta del éxito en las áreas cruciales del desarrollo empresarial: liderazgo, marketing, tesorería, dirección, satisfacción del cliente, conversión de ocasiones y generación de ocasiones.

