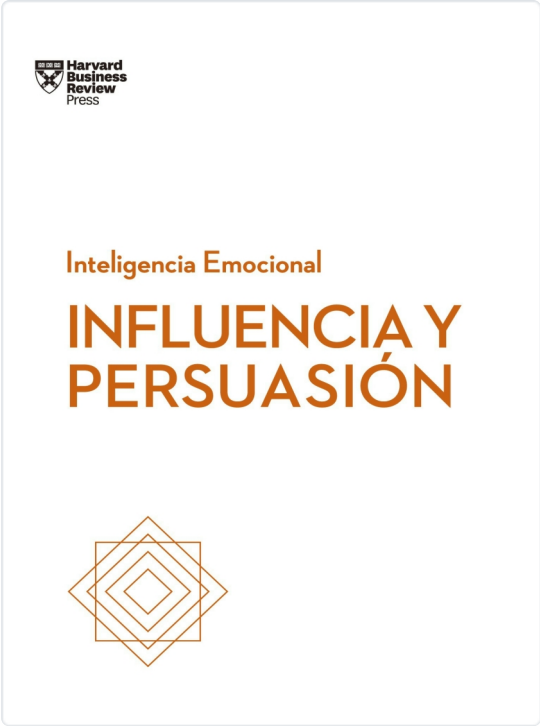
harvard business review

Influencia y persuasión. Serie Inteligencia Emocional HBR

Para cambiar la mente es importante transformar los corazones. Las últimas investigaciones demuestran que apelar a las emociones puede fortalecer y afianzar tu autoridad como líder.
Escrito por reputados especialistas de la Harvard Business Review en temas de inteligencia emocional en el entorno profesional, el libro ofrece estrategias generales para desarrollar la capacidad de influencia, así como pequeñas tácticas para persuadir a los demás.



Editorial	Reverté
Colección	Coleccion Inteligencia Emocional (Serie blanca HBR
Encadernación	Tapa blanda o rústica
Páxinas	156
Tamaño	180x125x mm.
Peso	175
Idioma	Español
Tema	Economía, empresa y derecho
EAN	9788494949319
PVP	9,95 €
PVP sen IVE	9,57 €

9788494949319