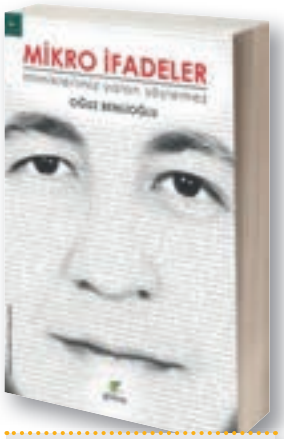
Çalışanlarınızı anlamak için **onların yüzlerine bakın!**



Mikro İfadeler
Mimiklerimiz Yalan Söylemez
Oğuz Benlioğlu
Elma Yayınevi
184 Sayfa, Nisan 2015
Ankara

Mikro ifadeler hissettiğimiz anlık duyguların yüzümüzdeki mimiklere yansımasıdır. 40 milisaniyeyle 500 milisaniye arasındaki bir hızla, hissettiğimiz duygular yüzümüzde kendini gösterir. Bu duygular yedi temel başlık altında toplanır. Mutluluk, öfke, küçümseme, tiksinme, şaşkınlık, üzüntü ve korku. Mikro ifadeler evrenseldir, yani ülkeden ülkeye, kültürden kültüre farklılık göstermez, herkeste aynıdır.

Duygularınızın bir yansıması olan mimikleriniz sizleri nasıl ele veriyor? Gülümsemeniz sahte mi, gerçek mi? Karşınızdaki insan doğru mu söylüyor?

İşte tüm bu sorularınızın cevabını Oğuz Benlioğlu'nun Mikro İfadeler adlı kitabında bulacaksınız. Mikro ifadeleri anlama teknikleri, yüz kaslarının en küçük hareketiyle ortaya çıkan ifadelerin yorumlanması, hem özel hayatınızda hem de iş ilişkilerinizde sizlere yardımcı olacak ve artık insanların duygularını çok daha iyi anlayabileceksiniz.

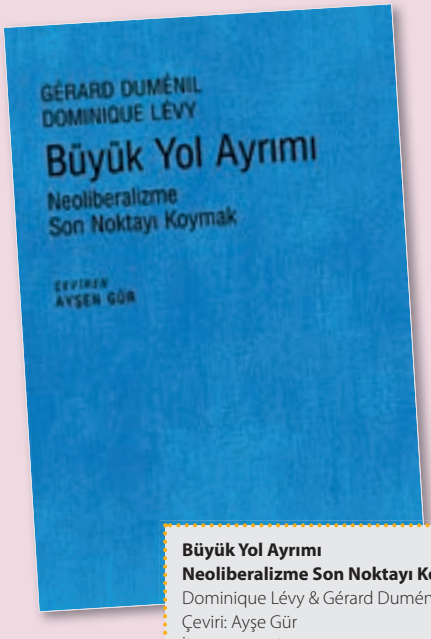
Çevrenizde egoist birisi olarak algılanmak istemiyorsanız, beyninizin konuşma dilini öğrenip, incinmek ve çevrenizi incitmek istemiyorsanız, algı merkezlerinizin güçlenmesiyle kendinize ve çevrenize farklı bir gözle bakmak istiyorsanız, konuşmadan dinleyicilerinizle iletişime geçmek istiyorsanız, insanların gerçeği söyleyip söylemediğini merak ediyorsanız bu kitap başvurmanız gereken önemli bilimsel bir kaynak.

Başarılı bir **satış danışmanı** nasıl olunur?



Satış Danışmanıyım
Eser Kurt
MediaCat Yayıncılık
116 Sayfa, Mart 2015
İstanbul

İyi bir satış danışmanı bir anlamıyla şirketin marka yüzüdür. Satış danışmanı tasarımcıların tasarladığı, tedarikçilerin getirdiği, belki de milyonlarca kişinin yapım aşamasında emek verdiği ürünleri, tam da ihtiyacı olan kişilerin kullanımına sunan, firmamın başarısında, kârlılığında ve temsilinde mihenk taşıdır. Ürün ne kadar güzel olursa olsun, satılmazsa ne işe yarar ki? Satış danışmanı üreticiyle o ürüne ihtiyaç duyan arasındaki köprüyü kuran kişidir. Bir satış danışmanı bir müşterimin firmaya olan güvenini yerle bir edebilirim, ya da bir müşterimin firmaya güvenini yoktan var edebilir! Firma isterse üretim tesislerine milyonlarca dolar harcamış olsun, dergilere, televizyonlara reklam versin, marka olma sürecinde kurumsal kimliğine yatırımlar yapsın... Satış danışmanı olmazsa başarı olmaz! Bu kitap satış danışmanı olmak isteyenler kadar işinde düşe kalka nasıl satış yapması gerektiğini öğrenmek zorunda kalanlara yol gösteriyor.



Büyük Yol Ayrımı
Neoliberalizme Son Noktayı Koymak
Dominique Lévy & Gérard Duménil
Çeviri: Ayşe Gür
İletişim Yayınları
183 Sayfa, Mayıs 2015
İstanbul

Yeni bir **uzlaşma** başlatmanın zamanı!

ABD ve Avrupa ekonomileri ve toplumları büyük bir yol ayrımının eşiğindeler. Sağda, ekonomik krize rağmen neoliberal araçların en ayrıcalıklı kesimlerin çıkarına daha fazla çalışmasını amaçlayan yeni toplumsal biçimler ortaya çıkıyor. Oysa direksiyonu acilen diğer yöne, yani sola doğru çevirmek lazım. Hem sermaye ve emek gelirleri hem yüksek ve düşük ücretler arasındaki eşitsizliklerin arkasında iki kutuplu değil, üç kutuplu bir sınıf yapısı var: Kapitalistler, yöneticiler ve halk sınıfları. 20. yüzyılda farklı siyasi koalisyonlar, bu üç kutuplu ortamda ortaya çıktı.

Kapitalistlerle yöneticiler arasındaki neoliberalizme özgü toplumsal ve özellikle siyasal ittifak, sağ siyaseti; İkinci Dünya Savaşı sonrasında halk sınıflarıyla yöneticiler arasında Batı toplumlarında gerçekleşen ittifak ise sol siyaseti işaret etti.

Bu kitap temel bir düşünceden kaynaklanan basit bir teze dayanıyor: Toplumsal ilerlemenin yollarını yeniden açmak için kapitalist mülkiyetin finansal ağlarını ve kapitalistlerle üst düzey yöneticiler arasındaki işbirliğini sarsabilecek bir siyasi güce ihtiyaç var. Gérard Duménil ve Dominique Lévy, halk sınıflarıyla yöneticiler arasında, solda yeni bir uzlaşma başlatmanın ve kapitalizmi kademeli olarak aşmanın bu yeni ittifakın oluşmasına bağlı olduğu tezini savunuyor.

KİTAP GÖNDERMEK İÇİN...
Gülder DEMİR | *gulder.demir@dunya.com*
Ekonomik Forum Dergisi, Dünya Yayıncılık AŞ,
100. Yıl Mahallesi, Kat: 3 34440 Bağcılar/İSTANBUL



Toplumun **temel değerleri** nasıl korunur?

Uluslararası toplum, her toplumda olduğu gibi öncelikli korunması gereken temel değerlere sahiptir. Bu değerlerin korunması uluslararası hukukun sıradan normlarından farklı olarak, otoriter ve üst niteliklere sahip jus cogens normlarla sağlanmaktadır. Uluslararası toplum nazarında bu normların varlığının kabul edilmesinde, devlet egemenliğinin bir uzantısı olarak karşımıza çıkan devletlerin sözleşme yapma yetkisinin sınırlandırılması önemli bir rol oynamaktadır. Burada devletlerin özgürlüğü, sınırsız bir nitelik olmaktan ziyade toplumun temel değerleri ve çıkarlarıyla çevrelenmektedir. Dolayısıyla, hem ulusal hem de uluslararası hukuk düzenlerinde, toplumun temel değerlerinin ve buna bağlı çıkarlarının, bireylerin ya da tek tek devletlerin çıkarlarından daha üstün, daha öncelikli olduğu kabul edilmeli ve temel değerlerin jus cogens normlar kapsamında uygulanmasının yolu açılmalıdır.

Uluslararası Toplumun Anayasası
Jus Cogens
Demet Şefika Mangır
Nobel Yayınevi
216 sayfa, Mart 2015
İstanbul

Osmanlı İmparatorluğu'nda fotoğraf

Fotoğraf, 1839'da doğduğu andan itibaren hem modernitenin bir parçası oldu hem de onu simgeledi. Bu yeni teknoloji, sağladığı kaydetme ve sergileme imkânları ile taşıdığı kesinlik ve gerçeklik iddialarıyla modern dünyanın hareketliliğine sıkı sıkıya kenetlendi. Osmanlı İmparatorluğu da fotoğrafı büyük bir heyecanla kucakladı. Fotoğrafın etkisi ve anlamı, Tanzimat hareketinin modernleşme ve Batılılaşma atılımıyla örtüşerek birleşti. Fotoğraf, 20. yüzyıl başında Osmanlı topraklarında günlük yaşamın, basının ve devlet aygıtının olağan bir parçası haline geldi. Bu kitap, Osmanlı İmparatorluğu bağlamında, fotoğrafla modernite arasındaki yakın ilişkinin en çarpıcı yönlerini ele alıyor. İçerdiği malzemenin önemli bir kısmı, padişahın imparatorluğunu Batılı kitlelere tanıtmak amacıyla ısmarladığı fotoğraflarda ve albümlerde olduğu gibi, modernitenin fotoğraf aracılığıyla sergilenmesine dair. Modernite fotoğraf sanatının bir parçası haline gelmiş, onu sıradan, alışılmış bir uygulama haline getirmiştir. Resimli basınla, aile fertlerine veya isimsiz koleksiyonculara yollanan kartpostallarla, arkadaş ve tanıdıklara verilen portrelerle, çalışanların veya mahkûmların resimleriyle fotoğraf, kamusal ve özel hayatın bütün alanlarını işgal etmeye başlamıştır. Camera Ottomana, yakın geçmişteki dönüştürücü güce sahip en etkili teknolojik icatlardan biri olan fotoğrafın yerel boyutunun eleştirel bir değerlendirmesi olduğu kadar, ona duyulan ilgi ve saygının ifadesidir.



Camera Ottomana:
Osmanlı İmparatorluğu'nda Fotoğraf ve Modernite 1840 - 1914
Zeynep Çelik & Edhem Eldem & Bahattin Öztuncay & Peter Bonfitto & Frances Terpak
Çeviri: Ayşen Gür
254 Sayfa, Nisan 2015
İstanbul



Rekabet üstünlüğü sağlamanın yolları

Kitap, rekabet üstünlüğünün nasıl sağlanabileceğini anlatıyor. Konu rekabet iken firmaların aynılaşma eğiliminde olduğu söylenebilir. Oysa müşterilerin ilgisini çekebilmek, farklılaşmakla mümkündür. Bu kitap, farklılaşarak rekabet üstünlüğünün nasıl sağlanabileceğini anlatıyor. Farklılaşmak ancak inovasyon geliştirmekle mümkü. Sürdürülebilir bir inovasyon kültürünün inşa edilmesi firmaların öncelikleri arasında yer almak durumunda. Kitap, inovasyon araçlarını kullanarak farklılaşmayı ve bu suretle rekabet üstünlüğünün nasıl sağlanabileceğini anlatıyor. Müşteri açısından anlamlı bulunacak her beklenmedik adım firmanıza rekabet üstünlüğü kazandırır. Bu kitap, "beklenmedik" olanı inşa ederek rekabet üstünlüğü kazanabilmeyi anlatıyor.

Beklenmedik Rekabet Üstünlüğü
Özgür Eyiol
Artıfarma Yayınları
344 Sayfa, Mayıs 2015
Ankara