



El happiness management : un cisne amarillo que vuela hacia el marketing social, la felicidad y el bienestar /

Ahumada-Tello, Eduardo,
editor literario

Bayardo Tobar Pesantez, Luis,
editor literario

Galiano Coronil, Araceli,
editor literario

Ravina Ripoll, Rafael,
editor literario

Libros electrónicos

Monografía

El grupo de investigación Iberoamerican group of multidisciplinary studies on happiness (IGOMSOH) afronta su nueva obra colectiva sobre la atractiva filosofía del happiness management. En el último lustro, esta cultura organizativa está tomando una gran relevancia dentro del corpus académico de las ciencias sociales y la dirección estratégica de los recursos humanos. Nadie como los autores de este libro para ofrecernos una fotografía diáfana del happiness management bajo la idea del "cisne amarillo". Un término que nace del interior de los miembros de este grupo de investigación multidisciplinar para referirse a los modelos de gestión y a las políticas públicas que toman un papel protagonista en la generación de territorios que estimulan la inteligencia empresarial, el capitalismo sostenible, la eco innovación y el bienestar de los ciudadanos. Tomando como base el pensamiento filosófico de Aristóteles que considera que la mayor aspiración de los individuos es la búsqueda de la felicidad. Bajo este planteamiento, estos especialistas de la economía de la felicidad quiere poner sobre el tapete académico que detrás de la uberización de la economía global y los modelos productivos que contemplan a los trabajadores como un simple coste se esconde un cisne amarillo que quiere abrir pronto sus alas para mostrar que urge la necesidad de desarrollar ecosistemas cimentados en la búsqueda de la calidad de vida de las personas en la era de la Industria 5.0. Para abordar estas fallas se precisa una transformación económica estructural que avive nuestro futuro y felicidad transgeneracional. De ahí la necesidad de que los máximos responsables de las administraciones públicas y de las empresas emprendan acciones integrales que maximicen los beneficios sociales, culturales, ambientales, psicológicos, tecnológicos, etc. de los seres humanos. Tal hecho no se podrá conseguir sin que las corporaciones inviertan de forma proactiva no solo en el bienestar subjetivo de las personas, sino también en el bien común de la ciudadanía desde la perspectiva del marketing social, la comunicación asertiva y la psicología positiva. Naturalmente, este cisne amarillo precisará de intelectuales públicos, así como de investigadores que estén dispuesto a poner sobre la palestra política y académica que sin felicidad no existirán historias donde brille el talento creativo, la justicia organizacional, el estado de bienestar, la eudaimonia, el altruismo, la responsabilidad social, etc. De este modo tendríamos un

mundo mejor y diferente como es en la actualidad. Por último, expresar que nos gustaría que la lectura de esta obra coral sea de su interés, y les sirva para apasionarse por la filosofía del happiness management como a los autores del presente libro

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzI2ODkwODI>

Título: El happiness management un cisne amarillo que vuela hacia el marketing social, la felicidad y el bienestar
Editores : Rafael Ravina-Ripoll, Luis Bayardo Tobar-Pesantez, Araceli Galiano-Coronil, Eduardo Ahumada-Tello

Edición: [1ª edición]

Editorial: Valencia Tirant humanidades 2022

Descripción física: 1 online resource (454 páginas)

Mención de serie: Plural

ISBN: 9788419376343 8419376345

Materia: Marketing social

Autores: Ahumada-Tello, Eduardo, editor literario Bayardo Tobar Pesantez, Luis, editor literario Galiano Coronil, Araceli, editor literario Ravina Ripoll, Rafael, editor literario

Punto acceso adicional serie-Título: Plural (Tirant humanidades)

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es