

[Read now] La publicidad de bien puacute;blico: 1 (Spanish Edition)

## La publicidad de bien puacute;blico: 1 (Spanish Edition)

Consejo Publicitario Argentino  
DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub

# LA PUBLICIDAD DE BIEN PÚBLICO

El impacto de la comunicación social



TEMAS<sup>®</sup>

Consejo Publicitario  
Argentino

Download

Read Online

#2763914 in eBooks 2013-05-13 2013-05-13 File Name: B00CRKE3PE | File size: 28.Mb

**Consejo Publicitario Argentino : La publicidad de bien puacute;blico: 1 (Spanish Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised La publicidad de bien puacute;blico: 1 (Spanish Edition):

La presente obra es publicada en la Argentina por iniciativa del Consejo Publicitario Argentino apartir del libro editado en Gran Bretantilde;a por la Oficina Central de Informaciones del Gobierno (COI porsus siglas en ingleacute;s) que ademaacute;s de ser el mayor anunciante del paiacute;s es quien con sentido estrateacute;gicoy abarcativo, realiza la mayoriacute;a de las campantilde;as publicitarias de bien puacute;blico destinadas a tratar temas de intereacute;s que hacen al bien comuacute;n y a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.La publicidad de

bien puacut;blico resume el aporte de diferentes expertos en la comunicacioacut;n social quienes analizan y dan recomendaciones sobre todas las variables que hacen a la publicidad de bienpuacut;blico eficiente, apelando a los valores, la generosidad y la eacut;tica en los temas maacut;s relevantes de las demandas y necesidades sociales. En la mayoriacut;a de los paiaacut;ses de Latinoameacut;rica existen entidades del tercer sector, como es el caso de Consejo Publicitario Argentino que realizan campantilde;as de publicidad de bien puacut;blico que en algunos casos complementan la funcioacut;n del Estado. Dichas entidades lo hacen apelando a la generosidad del sector privado que aporta el expertise de profesionales de la comunicacioacut;n, recursos econoacut;micos, creatividad publicitaria y espacios que en su gran mayoriacut;a son cedidos gratuitamente por los medios de comunicacioacut;n. De esta forma, con el apoyo de entidades expertas en cada una de las problemaacut;ticas como asociaciones cientiaacut;ficas, organizaciones no gubernamentales, psicoacut;logos o profesionales de muy diversas especialidades, abordan campantilde;as que suelen tener un fuerte impacto en la sociedad. La publicidad de bien puacut;blico no solamente es un libro de lectura obligatoria para quienes se interesan por la comunicacioacut;n social sean profesionales o no, sino que puede considerarse como el primer manual de consulta para quienes procuran campantilde;as centradas en la creacioacut;n de valor social. Pensamos de todas maneras que el verdadero fondo de la cuestioacut;n se revela en la praacut;tica, al momento en que las empresas implementan sus acciones, ejercen un determinado trato y establecen un viaacut;nculo laboral que evidencie respeto hacia sus colaboradores, el apego a la legislacioacut;n vigente y el deseo de generar un aacut;mbito de colaboracioacut;n que haga de un diaacut;a laboral "un buen diaacut;ardquo;. Sin perder la imprescindible visioacut;n internacional, el libro presenta una estructura que desarrolla los temas centrales actualizados de la funcioacut;n con ejemplos y aplicaciones locales, incluyendo ademacut;s otros novedosos temas habitualmente no tratados en este tipo de obras dedicadas fundamentalmente al profesorado y alumnado universitario