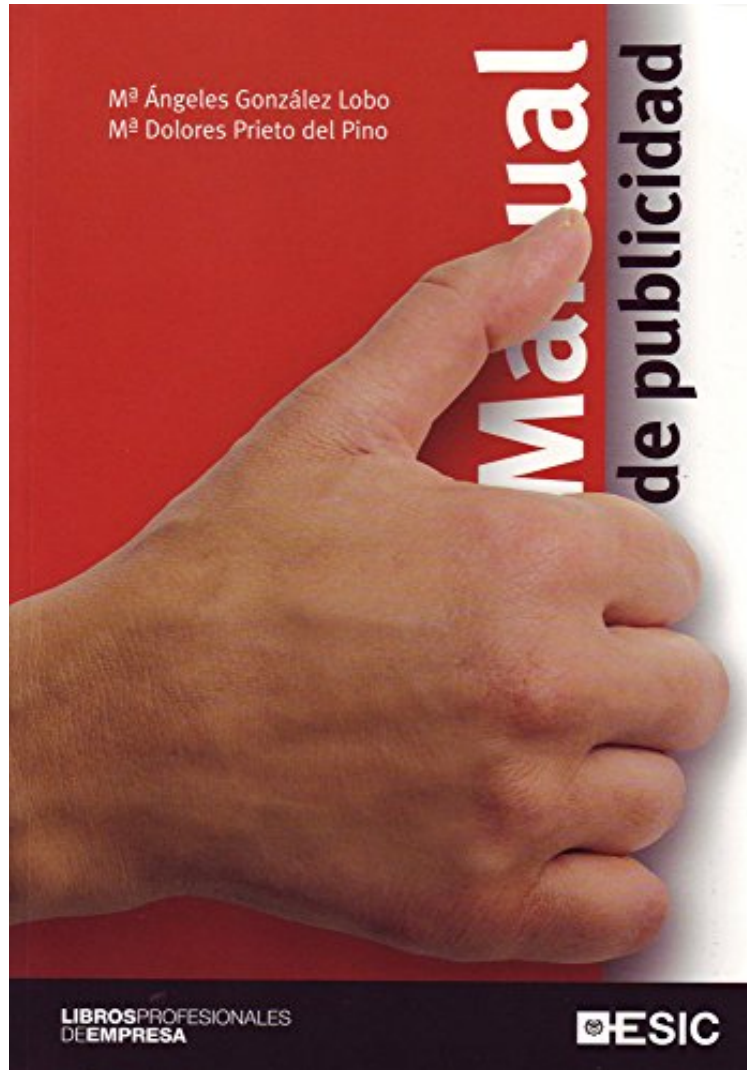


[Free download] Manual de publicidad (Libros profesionales) (Spanish Edition)

## Manual de publicidad (Libros profesionales) (Spanish Edition)

*Mordf; Aacute;ngeles Gonzaacute;lez Lobo, Mordf; Dolores Prieto del Pino  
ebooks | Download PDF | \*ePub | DOC | audiobook*



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

#1326320 in eBooks 2015-01-01 2015-01-01 File Name: B0122RQUXY | File size: 45.Mb

**Mordf; Aacute;ngeles Gonzaacute;lez Lobo, Mordf; Dolores Prieto del Pino : Manual de publicidad (Libros profesionales) (Spanish Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Manual de publicidad (Libros profesionales) (Spanish Edition):

Un praacute;tico texto de publicidad que ofrece una visioacute;n completa y experimentada del trabajo publicitario, realizando un completo recorrido por el conjunto de actividades de la praacute;tica publicitaria. A lo largo de sus paacute;ginas, este manual va recorriendo y desgranando toda la actividad de la publicidad y otras afines a ella: los elementos de la publicidad y sus funciones en el proceso, la inversioacute;n publicitaria y sus sistemas de

medios publicitarios, su planificación, la estructura de un plan de medios, que instrumentos utiliza, cuáles es su duración, la selección de los medios, el proceso publicitario y su desarrollo, la agencia de publicidad, cómo opera, que tipos de agencias existen, la estructura de una agencia, la investigación en publicidad, que se investiga y qué lo investiga, las etapas de la investigación, la regulación publicitaria, etc. Es un libro eminentemente práctico narrado en forma sencilla y coloquial, pero con gran rigor científico. Sus autoras, Mercedes González Lobo y Mercedes Dolores Prieto del Pino, han desarrollado toda su trayectoria profesional en el mundo de la publicidad y de la docencia. La experiencia adquirida en su trabajo en empresas líderes del sector y con la enseñanza en universidades y escuelas de negocios se refleja en su Manual de Publicidad. Es una obra muy útil tanto para profesionales como para estudiantes que ayuda a familiarizarse con la práctica diaria del oficio y que acerca al lector general al interesante trabajo de esta apasionante profesión. Índice: 1.- Conceptos fundamentales: Conceptos de publicidad.- Elementos de la publicidad.- Conceptos afines a la publicidad.- 2.- Significado económico y jurídico de la publicidad: La publicidad, la economía y el derecho.- La inversión publicitaria.- 3.- El proceso publicitario: Etapas.- Participación del sujeto receptor en el proceso publicitario.- 4.- Los medios publicitarios: Panorama de los medios.- Investigación de medios.- El plan de medios.- 5.- Aspectos globales de la publicidad: La agencia de publicidad.- Cómo opera la publicidad.- El mensaje publicitario.