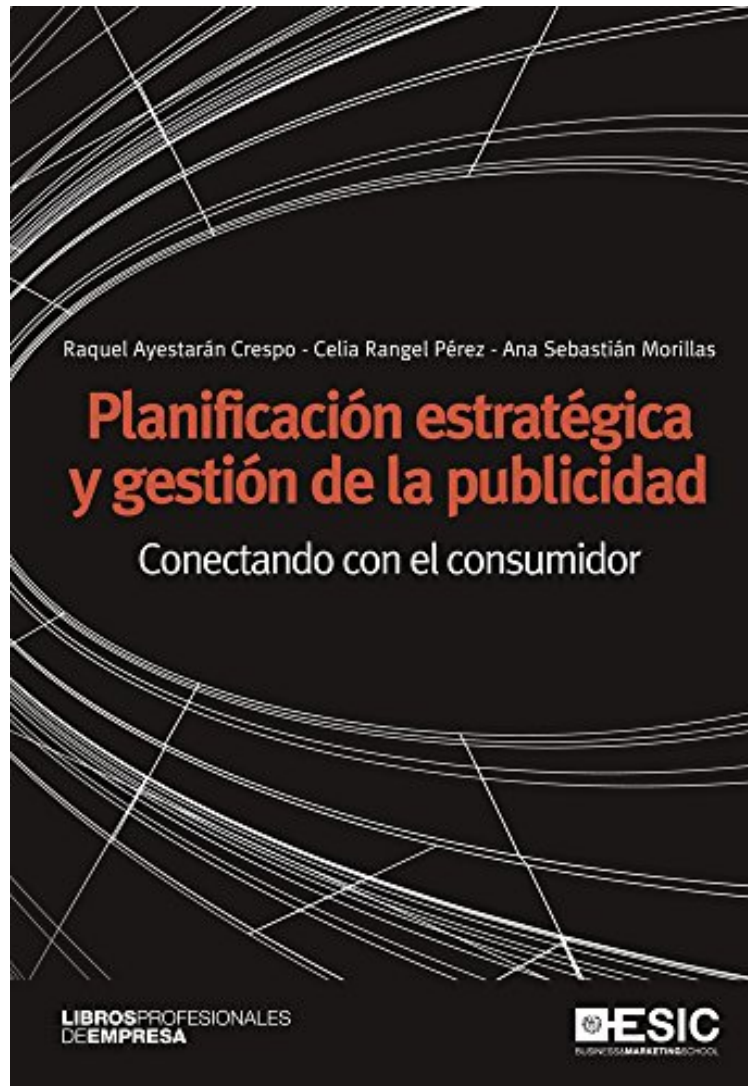


(Download) Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Raquel Ayestarán Crespo, Celia Rangel Pérez, Ana Sebastián Morillas
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



DOWNLOAD



READ ONLINE

#2376462 in eBooks 2012-09-10 2016-09-01 File Name: B01LK18HH0 | File size: 22.Mb

Raquel Ayestarán Crespo, Celia Rangel Pérez, Ana Sebastián Morillas : Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor (Libros profesionales) (Spanish Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor (Libros profesionales) (Spanish Edition):

0 of 0 people found the following review helpful. Five StarsBy CustomerGreat!

La planificación estratégica ha experimentado grandes cambios desde que empezó a emplearse en las agencias de publicidad en la década de los 60. El presente manual hace un recorrido completo desde el origen de la estrategia, su planificación y ejecución, hasta llegar al pensamiento estratégico y al diseño de estrategias. Una vez en este punto, se detalla cómo se construye un modelo general para el desarrollo del trabajo del director de estrategia, a la vez que se establece una planificación estratégica en medios convencionales y digitales. El manual finaliza con la elaboración de un plan estratégico y una visión de futuro de la planificación estratégica. Hoy la mayoría de las agencias han incorporado la figura del planner a sus organigramas, ya que es la persona que aporta un conocimiento más exhaustivo del consumidor, y su labor fundamental es conectar a este con la marca. El objetivo del libro es que sirva de apoyo tanto a profesores como alumnos y expertos del sector, para llevar a cabo su labor investigadora, educativa y profesional. Estas agencias tienen un enfoque teórico-práctico, e incluyen ejemplos, casos prácticos, entrevistas a profesionales del sector, cuestiones para debatir y reflexionar, así como una amplia y completa bibliografía. En definitiva, lo que se pretende es que el lector, a través de cada capítulo, tenga una visión cercana, actual y práctica de la planificación estratégica. Conceptos como, Branded Content, Insight o Earned Media, marcarán el rumbo de la misma en los próximos años.

Índice

- Una vez la estrategia.- El pensamiento estratégico: Planificación estratégica.- Comunicación estratégica vs clases de estrategias.- Ejecución del proceso de planificación publicitaria.- Modelo general para el desarrollo del trabajo del director de estrategia.- Planificación estratégica en medios convencionales.- Planificación estratégica en medios digitales: Internet y redes sociales.- Hoja de ruta para elaborar un Plan Estratégico: 7 pasos.- El futuro de la planificación estratégica en España.- Caso de estudio: Ford Focus.- APEXNDICE DOCUMENTAL: glosario de términos.