

## NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACION 2ª ED.



**SANCHEZ HERRERA, JOAQUIN/PINTADO BLANCO,**

### SINOPSIS

Aunque hace menos de dos años que se publicó la primera edición de Nuevas Tendencias en Comunicación, la dinámica extraordinaria del mercado y el interés que suscitan los fenómenos emergentes relacionados con la comunicación, han hecho que fuera necesario presentar la Segunda Edición del texto. Son muchas las novedades que el lector encontrará en esta edición, pero por encima de todo, se ha hecho especial hincapié en la actualización de los casos prácticos, las cifras asociadas y en la inclusión de un nuevo capítulo dedicado a la comunicación interna, subrayando el papel protagonista que está teniendo esta función en muchas organizaciones. De todas las áreas implicadas en la comercialización de productos y servicios, la comunicación es la que está experimentando los cambios más rápidos y drásticos. La fragmentación de medios y soportes de comunicación, la aparición de nuevas tecnologías y los cambios en el comportamiento del consumidor hacen que sea necesario actualizar su contexto, y exponer las tendencias más importantes. Realizar un seguimiento de esos cambios, e intentar comprender su utilidad y conveniencia, se convierte en algo crucial para agencias, anunciantes, e incluso consumidores, más activos que nunca en sus "diálogos" con las marcas. Este libro pretende servir de guía a estudiantes, profesores y profesionales, para que puedan estar al día de las nuevas corrientes en comunicación, a través de casos y experiencias prácticas de las compañías que más han evolucionado en este aspecto. A través de estas experiencias, los estudiantes podrán ver plasmada la teoría y los profesionales encontrar estímulos e ideas que les permitan implementar las últimas estrategias de comunicación. Desde esta perspectiva, se analizan no sólo la comunicación on-line, sino también el buzz marketing, el advergaming, la comunicación sensorial y muchas otras tendencias, puestas en práctica por empresas como Apple, BMW, Coca Cola, Adidas o Starbucks. En definitiva, un completo estudio de cómo evoluciona la comunicación y qué ...



Editorial	ESIC EDITORIAL
Materia	SOCIOLOGIA
Colección	SIN COLECCION
EAN	9788473568128
Status	Descatalogado
Encuadernación	Otros
Páginas	340
Tamaño	170xx mm.
Peso	1
Precio (Imp. inc.)	20,00€
Idioma	Español
Fecha de lanzamiento	02/02/2012

### Títulos relacionados



ANÁLISIS ESTADOS FINANCIEROS: NUEVO ENF.  
LEV, BARUCH



EMPRESA Y ORDEN ECONOMICO  
GARCIA ECHEVARR



LENGUAJE Y FUNDAM. ECONOMICOS MARKETING  
ORTEGA, ENRIQUE



DIRECCION DE MARKETING, LA  
ORTEGA MARTINEZ