

Mayor
o de
cios
quos
ña!



cción
de
s...



Sígueme

El aire que respiramos se compone de oxígeno, nitrógeno y publicidad

BUSCAR

Filtrar por año 2014 Filtrar por mes IR

Blog

- [Presentación](#)
- [Centro de Documentación Publicitaria](#)
- [Desde un principio](#)
- [Historia de las marcas](#)
- [Agencias históricas](#)
- [Protagonistas](#)
- [Arqueolobranding](#)
- [Galería](#)
- [Bibliografía](#)
- [Enlaces](#)
- [Amigos de la Historia de la Publicidad](#)
- [Grand Prix de Cannes](#)
- [Registro](#)
- [Biocontacto](#)

Nueva publicación de Esic Editorial: Innovación y marketing de servicios en la era digital

Por David Villaseca Morales-

¿Cómo pueden las empresas innovar y aprovechar las oportunidades de negocio que abre la era digital? Los cambios que generan los avances tecnológicos, especialmente la digitalización y la movilidad, están revolucionando las disciplinas del Marketing y la Innovación.

Madrid, septiembre de 2014. Se abren grandes oportunidades de éxito, según muestran 35 casos reales de emprendedores y empresas de todo el mundo: desde Coca-Cola hasta Spotify. Para triunfar es necesario desarrollar capacidades creativas, diseñando soluciones y contenidos relevantes, junto a capacidades analíticas, aprendiendo a hablar el lenguaje de la tecnología y la creación de valor.

La separación entre los equipos de Marketing y Tecnología se va reduciendo, gracias a la expansión de los avances tecnológicos, que se traducen en oportunidades como la omni-canalidad de la experiencia del cliente, o la inteligencia del big data para identificar y capturar oportunidades de negocio.

El libro profundiza, desde un enfoque práctico, en las áreas que contribuyen a un crecimiento del negocio orientado al cliente, con especial foco en las empresas de servicios y digitales. Combina fundamentos estratégicos con herramientas de aplicación práctica, en sus diferentes retos: Innovación de soluciones; Marketing estratégico; Marketing operativo y digital; y Gestión de clientes.

Esta actualización resulta de especial interés para profesionales, emprendedores y estudiantes que busquen desarrollar sus capacidades para gestionar desde la Innovación y el Marketing.

ISBN: 9788415986508
Nº de págs.: 328
Precio: 20 €

Foto portada del libro en formato digital en alta resolución y más información:
Paloma Remírez de Esparza
ESIC Editorial
91.452.41.33 | paloma.remirez@esic.es

ESIC Editorial dona un ejemplar de esta publicación al **Centro de Documentación Publicitaria** de lahistoriadelpublicidad.com

¡EXTRA, EXTRA!

Smartclip sustituye a Adconion en Europa y Latinoamérica »

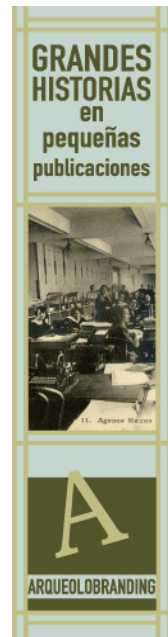
Social Noise abre su división de formación »

Carolina Herrera, la marca premium más buscada en el mercado de segunda mano »

Paperboy patrocinado por:



lahistoriadelpublicidad.com colabora con:



¡Disfrut
Centro a
Documen
Publicit




Nuevo C
Documen
Publicit
¡Descú

Comparte este artículo:

Fecha: 25/09/14 || « [Volver al Blog](#)

No existen comentarios para esta noticia.

Añadir Comentario

Nombre	<input type="text"/>
Email	<input type="text"/> No se mostrará en el Blog
Título	<input type="text"/> Opcional
Descripción	<input type="text"/>
Código validación	 <input type="text"/>
	5 x 4 =
	<input type="button" value="ENVIAR"/>

Web bajo licencia Creative Commons. Se permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las condiciones de Reconocimiento y Sin obras derivadas
© La historia de la publicidad contada desde un principio 2007 - Aviso Legal - Créditos