


Tirada: 6000	RETAILACTUAL	Superficie: 173 cm²	Ocupación: 27.74%	Página: 12	 1/1
Difusión: 6000					
Audiencia: 21000	Nacional	Bimensual			
Ref: 7857949	Alimentación	1^a Edición	01/08/2016		



Branded entertainment

“El marketing tradicional no está funcionando”. Estamos en un nuevo contexto que exige nuevas comunicaciones de marketing centradas en la creación y distribución de unos contenidos tan relevantes para el consumidor que sea él mismo quien decida acceder libremente a ellos. Algunas marcas han elegido la producción de entretenimiento como vehículo de transmisión de sus mensajes de marca, aplicando los conocimientos de la industria del ocio a la creación de unos contenidos propios, al servicio de los valores de la marca, capaces de despertar deseos y emociones por sí mismos. En este libro, se profundiza en el conocimiento del branded entertainment; una herramienta de comunicación comercial que debe alcanzar un adecuado equilibrio entre la identificación de la marca y la capacidad del contenido creado para proporcionar una experiencia positiva para el consumidor. Con ejemplos sobre cómo crear contenidos relevantes, que los autores eligen distribuidos por marcas.

Joaquín de Aguilera y Miguel Baños

ESIC Editorial

Avda. de Valdenigrales, s/n

28223 Pozuelo de Alarcón

Tel 914 524 133

www.esic.edu/editorial