

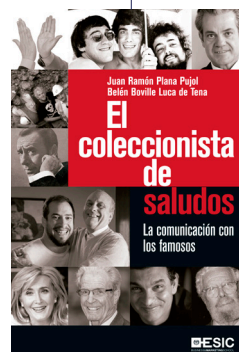
Crear una empresa en la práctica

Explicar los pasos que se deben seguir para crear una empresa, se hace a través de cinco casos reales de empresas de tamaño grande (Digital Inc), mediano (NewShop), pequeño (SDV) y start ups (Nire y Decoramus). Aquí es donde reside la auténtica diferencia entre este y otros libros sobre creación de empresas. Para ello, se ha estructurado en cuatro partes: una dedicada a exponer las claves del emprendimiento; otra que presenta los principales hitos en la creación de una empresa; la tercera que ilustra cómo lo han hecho tres empresas a la hora de poner en marcha nuevos negocios en empresas establecidas; y la cuarta que se centra en el mundo de las *start ups*.



Autor: José María Sainz de Vicuña Ancín
ISBN: 9788416701070
Páginas: 237
Precio: 18 €

Autores: Juan Ramón Plana Pujol y Belén Boville Luca de Tena
ISBN: 9788416462988
Páginas: 329
Precio: 20 €



El coleccionista de saludos

Cómo te presentas, con qué energía, con qué brillo en los ojos, depende solo de ti. En breves líneas, utilizando los apretones de mano como excusa, y como si se tratara de spots de 20 segundos, este libro muestra el aspecto más emotivo y humano del encuentro con personas famosas. Se necesita talento, sensibilidad y un sexto sentido innato para comunicar en un momento crítico, lo que se denomina "elevator pitch" o presentación en 12 segundos, como si fuéramos en un ascensor y en solo esos instantes hubiéramos de convencer a un desconocido. Existen palabras y gestos que abren puertas y nos permiten relacionarnos en armonía con el universo... Abrámoslas.

La gestión de cuentas en la agencia de comunicaciones de marketing

Este libro pretende ser una guía para entender la función del departamento de cuentas. La primera parte está dedicada a una visión general del sector de las comunicaciones de marketing, su evolución y características actuales, para pasar a tratar sobre el principal sujeto, junto al cliente, de este sector, la agencia, en la que se trata de su estructura y sus diferentes tipos. Finaliza con un análisis de la relación cliente-agencia. La segunda parte está centrada en la función y labores del departamento de cuentas, incluyendo su vertiente financiera y la gestión de cuentas globales.



Autor: Joaquín de Aguilera
ISBN: 9788416701100
Páginas: 245
Precio: 18 €

Coordinadores: Esther Martínez Pastor y Miguel Ángel Nicolás Ojeda
ISBN: 9788416701131
Páginas: 223
Precio: 18 €



Publicidad digital

Esta obra ofrece una visión profesional, integradora, estratégica y académica de la publicidad digital desde cuatro ópticas: audiencias y planificación, creación y difusión, medición y resultados y legislación digital. Los modos de abordar las estrategias publicitarias creativas y la planificación en los medios digitales plantean escenarios cada vez más complejos. Así, desde una reflexión teórica, crítica y constructiva, se definen los conceptos de storytelling, transmedia y branded content aplicados a la creación de contenidos y eventos integrados. Se aborda el estudio de casos prácticos y se explica el modelo programático de compra de publicidad online.

ESIC Alumni subvenciona el 35% del precio en los libros del catálogo de ESIC Editorial.
 Avda. Valdenigrales, s/n. 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid). Tel.: 914524133 – Fax. 913528534
www.esic.edu/editorial