



Tirada: <b>28000</b>		Sección: <b>Portada</b>		
Difusión: <b>28000</b>		Superficie: <b>92 cm<sup>2</sup></b>		
Audiencia: <b>98000</b>		Nacional <b>Mensual</b>		Ocupación: <b>14.85%</b>
Ref: <b>8208699</b>		Economía		Página: <b>64</b>
	<b>1ª Edición</b>	<b>01/01/2017</b>		

## La gestión de cuentas en la agencia de comunicaciones de marketing

**Autor:** Joaquín de Aguilera

**Editorial:** ESIC

A pesar de que la gestión y dirección de cuentas es una de las dos funciones clave, junto a la creativa, en una agencia de comunicación, sea esta del tipo que sea, la literatura académica sobre ella es mínima, así como los manuales de una asignatura que se imparte en todas las carreras de publicidad y comunicación. La labor primordial de los equipos de cuentas es la de establecer, consolidar y hacer crecer una relación sólida, duradera y rentable con los clientes.

Este libro pretende ser una guía, un manual, que sirva de ayuda a estudiantes y profesionales para mejor entender la función del departamento de cuentas, así como para un mejor ejercicio profesional. Un enfoque práctico y docente con, al mismo tiempo, rigor académico.

