

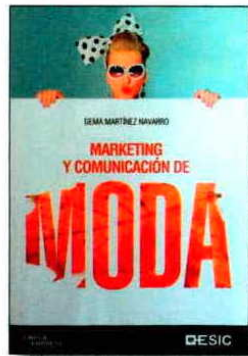


Tirada: <b>28000</b>		Superficie: <b>88 cm<sup>2</sup></b> Ocupación: <b>14.21%</b> Página: <b>65</b>	 <b>1/1</b>	
Difusión: <b>28000</b>				
Audiencia: <b>98000</b>				<b>Nacional</b> <b>Mensual</b> <b>Economía</b>
Ref: <b>9535792</b>				<b>1ª Edición</b> <b>01/09/2017</b>

## Marketing y comunicación de moda

Autora: Gema Martínez Navarro

Editorial: ESIC



La moda es un sector fascinante. Realmente existen muy pocas personas que no les guste o atraiga la moda por una u otra razón. La moda nos aporta sensaciones, placeres y emociones, forma parte de nuestro tiempo de ocio y nos ayuda a expresar nuestra personalidad, nuestros valores y nuestra forma de sentirnos y entender la vida. Pero más allá de estas sensaciones, es un sector en continuo cambio y un motor de crecimiento económico en muchos países. En los últimos tiempos está siendo objeto de estudio y análisis tanto por académicos como profesionales del sector, dada su importancia dentro de la economía global. Y esta obra analiza las estrategias de marketing y comunicación en el mercado de la moda.

La moda es un sector fascinante. Realmente existen muy pocas personas que no les guste o atraiga la moda por una u otra razón. La moda nos aporta sensaciones, placeres y emociones, forma parte de nuestro tiempo de ocio y nos ayuda a expresar nuestra personalidad, nuestros valores y nuestra forma de sentirnos y entender la vida. Pero más allá de estas sensaciones, es un sector en continuo cambio y un motor de crecimiento económico en muchos países. En los últimos tiempos está siendo objeto de estudio y análisis tanto por académicos como profesionales del sector, dada su importancia dentro de la economía global. Y esta obra analiza las estrategias de marketing y comunicación en el mercado de la moda.