



Tirada: 28000		Superficie: 83 cm²	
Difusión: 28000		Ocupación: 13.4%	
Audiencia: 98000		Valor:	
Ref: 11747174		Nacional Mensual	
	Economía		
	1ª Edición	01/01/2020	1 / 1

Gestión de la comunicación

Autores: Varios

Editorial: ESIC

La comunicación, entendida como la suma de tareas complementarias que buscan que una iniciativa llegue a su receptor, es la clave que marca la frontera entre el éxito y el fracaso. El libro está organizado en cinco capítulos que desarrollan la comunicación integrada de marketing y sus diferentes instrumentos: publicidad, promoción de ventas, marketing directo y relaciones públicas. Los avances en las TIC han facilitado el desarrollo de nuevos canales de comunicación que se abordan en cada capítulo bajo los objetivos propios de cada uno de estos instrumentos.

