

Novedades ESIC Editorial



Marketing sectorial

Cuando un directivo debe tomar decisiones de mercado, ¿cuánta influencia ejerce el sector económico en donde opera su empresa? La respuesta es sencilla: mucha.

Se asume que en los sectores existe una gran rivalidad entre empresas que ofrecen productos y servicios prácticamente idénticos. Por ello, la práctica y aplicación del marketing sectorial puede ayudar a que los directivos logren que el cliente perciba su oferta como exclusiva. Por tanto, se sugiere que los directivos trabajen de manera más activa este tipo de marketing y puedan ofrecer su producto/servicio de manera rápida, innovadora y diferencial. El propósito de este libro es proveer al lector de recomendaciones para satisfacer las necesidades de los diversos sectores de actividad empresarial, aportando información de gran relevancia y casos prácticos de una manera amena, práctica y rigurosa.

Autores: Jaime Rivera Camino y Mencía de Garcillán
ISBN: 9788473568708
N.º de págs.: 390
Precio: 25 €

Bajo la influencia del branded content

El branded content (contenidos y entretenimiento patrocinados por una marca) plantea toda una serie de interesantes cuestiones, especialmente cuando se dirige al público infantil y juvenil.

¿Es útil para todas las marcas? ¿Cuándo y cómo debe utilizarse? ¿Consigue solo un efecto temporal o puede servir para crear relaciones duraderas? ¿Cómo lo viven los jóvenes consumidores y cómo interactúan con él? Y, sobre todo, ¿cómo practicar estas técnicas de una manera seria, consecuente y responsable?

Durante el último festival de «El Chupete» se produjo un amplio y extenso debate sobre este tipo de publicidad que no parece publicidad. El resultado es un interesante conjunto de experiencias y de ideas sobre el uso de esta modalidad publicitaria tan innovadora y, a la vez, tan difícil de manejar.

Coordinadores: Rodrigo Ron, Antón Álvarez y Patricia Núñez
ISBN: 9788473567411
N.º de págs.: 211
Precio: 18 €



Marca la diferencia

Este libro es una provocación para aquellos profesionales, emprendedores o empresarios que quieran triunfar, que sean inconformistas, que necesiten un apoyo y una guía para conseguir sus objetivos. El primer paso para conseguir destacar es leer este libro. Es un libro en modo de banda sonora, la banda sonora del éxito. Cada capítulo hace referencia a un aspecto importante para conseguir ser un profesional de éxito. Conseguirás impactar en el corazón y la mente de las personas, ¡que te recuerden, te amen, te odien, te compren, te recomienden, creen comunidades alrededor de ti, luchen por conseguirte y se sientan identificados contigo! Descubre la clave del éxito para conseguir tus objetivos a través de personal branding.

Autores: Chal Jiménez
ISBN: 9788473566520
N.º de págs.: 206
Precio: 15 €

Cómo conseguir 10.000 seguidores en Twitter

¿Para qué tener miles de seguidores y ser alguien reconocido en Twitter? Quizá muchos no lo sepan, pero Twitter puede ayudarnos a conseguir un empleo, mejorar y ascender en nuestro trabajo actual, lograr nuevos clientes, rentabilizar los contenidos de nuestro blog. Puede ayudarnos a encontrar el profesional que buscamos, y también conseguir recomendaciones sobre qué servicio contratar, o qué marca y modelo elegir de un producto cualquiera. Así pues, es imprescindible crear una identidad digital propia y tener una comunidad de seguidores activos que nos permitan alcanzar nuestros objetivos. Una aventura que no termina en la última página...

Autores: Marcos García Blanco y Ramiro Sueiro
ISBN: 9788473563666
N.º de págs.: 348
Precio: 15 €



Si deseas recibir el boletín de Novedades Editoriales, envía un correo electrónico a editorial@esic.edu. Más información en www.esic.edu/editorial. Los Antiguos Alumnos Asociados disfrutarán de un 35% de descuento en todos los títulos de la editorial de ESIC.