

Tirada: 29.227	elEconomista.es	Superficie: 50 cm ²	Ocupación: 5,7%	Valor: 563,4 €	Página: 55
Difusión: 18.602					
(O.J.D)					
Audiencia: 65.107					
Ref: 5640197	Nacional	Diaria			
	Economía				
	2ª Edición	20/09/2014			



Bajo la influencia del 'branded content'

VV.AA.
ESIC Editorial
211 páginas
18 euros

Planteamientos sobre patrocinios

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. Entre las líneas de este libro se resuelven cuestiones como: ¿es útil para todas las marcas? ¿cuándo y cómo debe utilizarse? o ¿consigue solo un efecto temporal o puede servir para crear relaciones duraderas?

