

ayor  
o de  
cios  
uos

ta!



cción  
de  
...



the Only Train



in the World with

Sígueme en

Anuncie lo que es importante, no lo que es obvio (David Ogilvy)

BUSCAR

Filtrar por año 2012 Filtrar por mes

- [Blog](#)
- [Presentación](#)
- [Centro de Documentación Publicitaria](#)
- [Desde un principio](#)
- [Historia de las marcas](#)
- [Agencias históricas](#)
- [Protagonistas](#)
- [Galería](#)
- [Bibliografía](#)
- [Enlaces](#)
- [Amigos de la Historia de la Publicidad](#)
- [Registro](#)
- [Contacto](#)

## ¡EXTRA, EXTRA!

Ecovidrio elige a PHD »

Campaña de TBWA para el Festival Low Cost »

McCann Erickson y MPG, primeras por inversión gestionada en el Estudio de Infoadex »



Blog patrocinado por:

**Oreille**

### Nueva publicación de Esic Editorial: Guía del Social Media Marketing ¿Cómo hacer gestión empresarial 2.0 a través de la aplicación de Inteligencia Digital?

Por Hugo Zunzarren y Bértol Gorospe.

El nuevo paradigma de Internet nos está obligando a cambiar nuestro modelo de gestión y migrar a un modelo de gestión empresarial 2.0, un modelo diferente, más transparente, más directo, más social... A través de un sencillo recorrido se presenta una amplia visión del entorno on-line, sus ventajas y desventajas, las precauciones que se debe tomar y sobre todo un punto de inicio sobre el cual comenzar a desarrollar una estrategia digital.

Madrid, julio de 2012. Los avances en materia de Social Media de los últimos años han sido, son y seguirán siendo espectaculares. El nivel de digitalización de la población y de las empresas es cada vez mayor. Las decisiones de compra se toman en Internet y las compras ya se efectúan cada vez más a través de este medio. Los consumidores entablan conversaciones sobre sus marcas y productos en la red; las alaban, las critican, las detestan, las aman y buscan relacionarse con ellas a través de experiencias digitales.

A día de hoy no hay nada establecido y por supuesto, no sabemos dónde vamos a terminar, pero es imprescindible arrojar una luz sobre las opciones que ahora mismo nos brinda el Social Media tanto desde un ámbito profesional como personal. El cambio no se acerca, el cambio ya llegó para instaurarse como definitivo. Las relaciones personales y profesionales han cambiado y lo seguirán haciendo, nos guste o no.

Desde cómo hacer un blog y sus diferentes posibilidades, hasta como gestionar una red social interna; en este libro se desganan las posibilidades que nos brinda el Social Media y sobre todo como sacarles provecho en un entorno profesional y personal.

Este es el objetivo fundamental del libro "Gestión Empresarial 2.0", poner de manifiesto las opciones actuales; sus ventajas y desventajas, las precauciones que se deben tomar, sus utilidades y sobre todo, como se integran todas ellas para la puesta en marcha de Estrategias útiles en el tiempo.

ISBN: 9788473568623

Nº de págs.: 231

Precio: 16 €

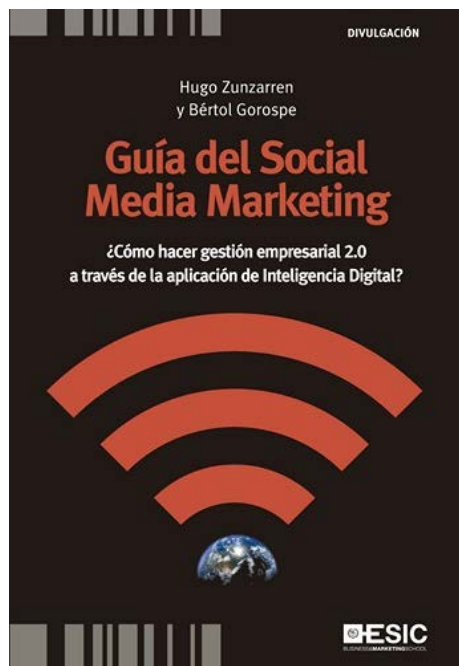
(\*)Foto portada del libro en formato digital en alta resolución y más información:

Paloma Remíz de Esparza

ESIC Editorial

91.452.41.33 | paloma.remirez@esic.es

ESIC Editorial dona un ejemplar de esta publicación al Centro de Documentación Publicitaria de lahistoriadelapublicidad.com



El fondo de armario de **Agustín Medina**

Una colección de miles de archivos...



Nuevo Centro de Documentación Publicitaria

¡Descúbrelo!





¡Disfruta del Centro de Documentación Publicitaria!



Nuevo Centro de Documentación Publicitaria

¡Descúbrelo!

Comparte este artículo:  

Fecha: 31/07/12 || [« Volver al Blog](#)

**No existen comentarios para esta noticia.**

#### Añadir Comentario

Nombre

Email

Título

Descripción

No se mostrará en el Blog

Opcional

Código validación



hbcp4n

---

Web bajo licencia Creative Commons. Se permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las condiciones de Reconocimiento y Sin obras derivadas

© La historia de la publicidad contada desde un principio 2007 - Aviso Legal - Créditos