



Sígueme

Las cuñas de radio son spots que entran en las orejas, resbalan por el oído hasta el cerebro, y allí te hacen la película (Uschi Henkes)

BUSCAR

Filtrar por año 2014 Filtrar por mes

Blog

- [Presentación](#)
- [Centro de Documentación Publicitaria](#)
- [Desde un principio](#)
- [Historia de las marcas](#)
- [Agencias históricas](#)
- [Protagonistas](#)
- [Arqueolobranding](#)
- [Galería](#)
- [Bibliografía](#)
- [Enlaces](#)
- [Amigos de la Historia de la Publicidad](#)
- [Grand Prix de Cannes](#)
- [Registro](#)
- [Biocontacto](#)

Nueva publicación de Esic Editorial: Técnicas de marketing viral

Por Miguel Ángel Montañés del Río, César Serrano Domínguez y José Aurelio Medina Garrido.

Una herramienta de marketing que ha revolucionado la comunicación digital en los procesos comerciales. El rumor o el boca-oreja han existido siempre, pero gracias a las tecnologías digitales y la proliferación de las redes sociales han adquirido una dimensión muy considerable dando lugar al concepto de marketing viral.

Madrid, febrero de 2014. La comunicación es algo innato a todo ser humano. No es posible evitarla, ya sea de modo formal o informal, siempre estamos enviando mensajes a nuestros iguales con algún tipo de propósito.

El marketing viral está concebido para que las ideas se propaguen entre las personas de igual modo que lo haría un virus biológico, gracias a la democratización en el uso de Internet.

La misión del marketing viral es que un mensaje, por lo general con contenido comercial -aunque no necesariamente-, más o menos explícito, tenga la capacidad de involucrar a sus receptores y que éstos se encarguen, voluntariamente, de su retransmisión entre sus contactos y allegados.

Este libro enseña los conceptos básicos del marketing viral, así como las principales técnicas que se utilizan para su desarrollo práctico, todo ello desde una perspectiva de gestión.

La propagación viral de ideas es algo que los usuarios de Internet ya están experimentando ¿Su organización aún no?

ISBN: 9788473569859
 Nº de págs.: 188
 Precio: 17 €

Foto portada del libro en formato digital en alta resolución y más información:
 Paloma Remírez de Esparza
 ESIC Editorial
 91.452.41.33 | paloma.remirez@esic.es

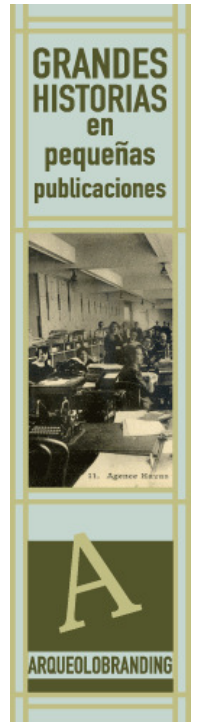
ESIC Editorial dona un ejemplar de esta publicación al **Centro de Documentación Publicitaria** de lahistoriadelpublicidad.com

¡EXTRA, EXTRA!

BC Day 2: la conversación entre marcas y usuarios »

La inversión publicitaria de los anunciantes con sede en Cataluña cae un 9,6% »

JWT España gana la cuenta del Museo Guggenheim Bilbao »





Paperboy patrocinado por:



lahistoriadelpublicidad.com colabora con:




Comparte este artículo:  

Fecha: 02/03/14 || [« Volver al Blog](#)

No existen comentarios para esta noticia.

Añadir Comentario

Nombre	<input type="text"/>	
Email	<input type="text"/>	No se mostrará en el Blog
Título	<input type="text"/>	Opcional
Descripción	<input type="text"/>	
Código validación		<input type="text"/>
	5 x 3 =	<input type="text"/>
	<input type="button" value="ENVIAR"/>	

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