

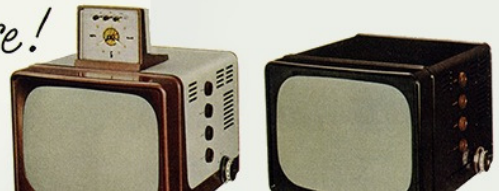
mayor  
o de  
cios  
quos  
ña!



cción  
de  
s...

# FOR TAKE-IT-WITH-YOU USE - from \$99<sup>95</sup>

indoors...outdoors...all around the house!



Sígueme

¿Frío yo? Nunca (Damarck)

BUSCAR

Filtrar por año 2014 Filtrar por mes IR

## Blog

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

## ¡EXTRA, EXTRA!

ADman Media, IAB Spain y TNS presentan los resultados del primer estudio sobre el uso del video en el marketing digital en España »

Nace la agencia Modern Mad »

José Manuel Velasco, nuevo miembro del comité ejecutivo de la Asociación Mundial de Comunicadores »

## Nueva publicación de Esic Editorial: Estrategias de marketing sectorial

Por José María Cubillo y Alicia Blanco (coordinadores)

**Poco tienen en común el desarrollo de un paquete turístico, la comercialización de una línea de joyería o la organización y celebración de un evento deportivo. En cambio, los instrumentos y herramientas de marketing que se utilizan en los tres casos son los mismos.**

Madrid, noviembre de 2014. La versatilidad de las herramientas de marketing hace que sean de aplicación universal y así son enseñadas en universidades y escuelas de negocios, en programas especializados y genéricos. No obstante, la realidad nos indica que estas herramientas, genéricas y universales, deben ser aplicadas de un modo específico en cada uno de los sectores de actividad. Las particularidades del sector son, en ocasiones, tan elevadas y específicas, que hacen de la aplicación del marketing algo artesanal, casi único.

En un contexto de globalización y de creciente especialización, el experto en marketing no solo debe aprender y dominar estos instrumentos, debe, además, convertirse en un profesional capaz de aplicarlos con éxito en cada uno de los sectores en los que desempeñará sus funciones en el curso de su vida profesional.

A lo largo de esta obra se aborda la aplicación específica del marketing y sus estrategias a un conjunto de sectores de amplia referencia y relevancia en el contexto económico actual, facilitando al futuro especialista en marketing el aprendizaje de las especificidades y las particularidades de cada sector y la aplicación y adaptación del Marketing a las mismas.

ISBN: 9788473569927  
Nº de págs.: 268  
Precio: 20 €

Foto portada del libro en formato digital en alta resolución y más información:  
Paloma Remirez 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



Paperboy patrocinado por:



lahistoriadelpublicidad.com colabora con:



Comparte este artículo:

Fecha: 26/11/14 || [« Volver al Blog](#)

No existen comentarios para esta noticia.

Añadir Comentario

¡Disfrut  
Centro a  
Documen  
Publicit




Nuevo C  
Documen  
Publicit  
¡Descú



Nuevo Centro de Documentación Publicitaria  
¡Descúbrelo!



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 4 =	<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