



Ana Sebastián ha publicado recientemente el libro *Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor* en la editorial ESIC. Un manual en el que se explican los grandes cambios experimentados en esta disciplina desde su implantación en las agencias publicitarias durante la década de los 60.

Junto con las profesoras Raquel Ayestarán y Celia Rangel, [Ana Sebastián](#) analiza **el recorrido completo desde el origen de la estrategia, su planificación y ejecución, hasta llegar al pensamiento estratégico y al diseño de estrategias**

. Una vez en este punto, se detalla cómo se construye

un modelo general para el desarrollo del trabajo del director de estrategia, a la vez que se establece una planificación estratégica en medios convencionales y digitales

. El manual finaliza con la elaboración de un plan estratégico y una visión de futuro de la planificación estratégica.

Hoy la mayoría de las agencias han incorporado la figura del planner a sus organigramas, ya que es la persona que aporta un conocimiento más exhaustivo del consumidor, y su labor fundamental es conectar a éste con la marca.

El objetivo del libro es que sirva de apoyo tanto a profesores como alumnos y expertos del sector, para llevar a cabo su labor investigadora, educativa y profesional.

Estás páginas tienen un enfoque teórico-práctico, e incluyen ejemplos, casos prácticos, entrevistas a profesionales del sector, cuestiones para debatir y reflexionar, así como una amplia y completa bibliografía.

En definitiva, lo que se pretende es que el lector, a través de cada capítulo, tenga una visión cercana, actual y práctica de la planificación estratégica. Conceptos como, Branded Content, Insight o Earned Media, marcarán el rumbo de la misma en los próximos años.

Para más información: http://www.esic.es/editorial/editorial_producto.php?isbn=9788473568678