

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