Título:

Autor: **Precio:** $590.00

Editorial: **Año:** 2006

Tema: **Edición:** 1ª

Sinopsis **ISBN:** 9788473564663

Las empresas transmiten multitud de mensajes, ya sean voluntarios o involuntarios. Y es precisamente en la comunicación, unida al factor humano, donde se encuentra la auténtica diferencia.

Los periodistas desean conocer más y mejor el mundo de la empresa, pero desde dentro, y no solo desde los medios; los que trabajan en el campo del marketing persiguen la diferenciación entre información y comunicación; los publicitarios hace tiempo que unen a la creatividad un profundo conocimiento de la estrategia y cultura de sus clientes; y desde el área de recursos humanos la comunicación interna ha cobrado una importancia extraordinaria en los últimos tiempos. ¿Qué está pasando?...

El marketing masivo ha muerto y la comunicación ha cambiado: ahora se identifican y cualifican de forma eficaz los clientes actuales y potenciales; los planes de marketing se adaptan a necesidades específicas; la comunicación con clientes internos y externos se gestiona de otra manera.

¿Están preparados los directivos de empresas y organizaciones para afrontar los retos que se avecinan en los nuevos y cambiantes escenarios empresariales? Los gestores deberán entender, liderar, compartir pero, sobre todo, deberán saber comunicar.

El autor, con una dilatada experiencia profesional y responsable del área de comunicación y publicidad de ESIC, ha logrado reunir en COMUNICACIÓN TOTAL las mejores experiencias y best practice profesionales acerca de la comunicación, muchas de las cuales pasan inadvertidas para la mayoría de los ciudadanos, pero que ayudan al lector a entender mejor los nuevos escenarios donde compiten las empresas.