

Librería  
*Bonilla y Asociados*  
desde 1950



**Título:**

**Autor:**

**Precio:** \$225.00

**Editorial:**

**Año:** 2009

**Tema:**

**Edición:** 1ª

**Sinopsis**

**ISBN:** 9789506415396

En toda sociedad moderna, y muy particularmente en aquellas que poseen economías desreguladas, la opinión pública ejerce un poder determinante. La imagen es una construcción -individual y/o colectiva-, producto de un proceso comunicacional. A partir de una particular lectura, se configura una determinada corriente de opinión. Entender este fenómeno es fundamental para todos aquellos que pretendan llevar a cabo una gestión competitiva. La comunicación estratégica se constituye en un instrumento de vanguardia y presenta una innovadora versión del management. En esta obra, Daniel Scheinsohn aborda la compleja problemática de la imagen y las comunicaciones desde el único punto de vista que posibilita su comprensión: la multidisciplinaria y la interdisciplinaria, con un estilo ameno pero riguroso. Este libro es útil para dirigentes, marketers -que necesitan tener un profundo conocimiento acerca de política y opinión pública- y profesionales ligados al ámbito de las comunicaciones, como publicitarios, RRPP, periodistas, agentes de prensa, voceros, lobbyistas, investigadores de mercado y opinión; también para gerentes de marketing o productos, que encontrarán aquí la visión que exigen las nuevas realidades, así como para analistas financieros, agentes de Bolsa, gestores de adquisiciones y fusiones, inversionistas en general, a quienes ayudará a considerar un valiosísimo activo: la imagen corporativa.