

MASTER CLASS EN BRAND PLANNING



Nº de páginas:	400 págs.
ISBN:	9789872410049
Autor:	STEPHEN KING
Categoría:	Economía

[MASTER CLASS EN BRAND PLANNING.pdf](#)

[MASTER CLASS EN BRAND PLANNING.epub](#)

Prefacio a la edición castellana - 9 Introducción - 11 PARTE I. EL PLANNING: ROL Y ESTRUCTURA 1
¿Quién se cree usted que es? (Malcolm White) - 15 1.1 La anatomía del account planning (Stephen King) - 23
1.2 Los orígenes del account planning (John Treasure) - 31 1.3 Cómo inicié el account planning en las
agencias (Stanley Pollitt) - 39 2 Cómo florecieron las marcas y las habilidades del branding (Rita Clifton) - 45
2.
1 ¿Qué es una marca? (Stephen King) - 49 3 El precio de la libertad es la eterna vigilancia (Rory Sutherland)
- 65 3.1 La publicidad: arte y ciencia (Stephen King) - 71 4 ¿Quién tiene el control? Una introducción a
«Desarrollo estratégico de marcas» (Bernardo Geoghegan) - 87 4.
1 Desarrollo estratégico de marcas (Stephen King) - 91 5 El camino del planner (Carlos Cerana) - 97 5.1
Cómo mejorar las decisiones publicitarias (Stephen King) - 91 6 La venganza del planificador de medios
(Marco Rimini) - 117 6.1 Elecciones entre medios: implicancia para la estructura de la agencia (Stephen King)
- 121 PARTE II. EL PLANNING: HABILIDADES PROFESIONALES 7 Un desafío revolucionario a la
sabiduría convenci