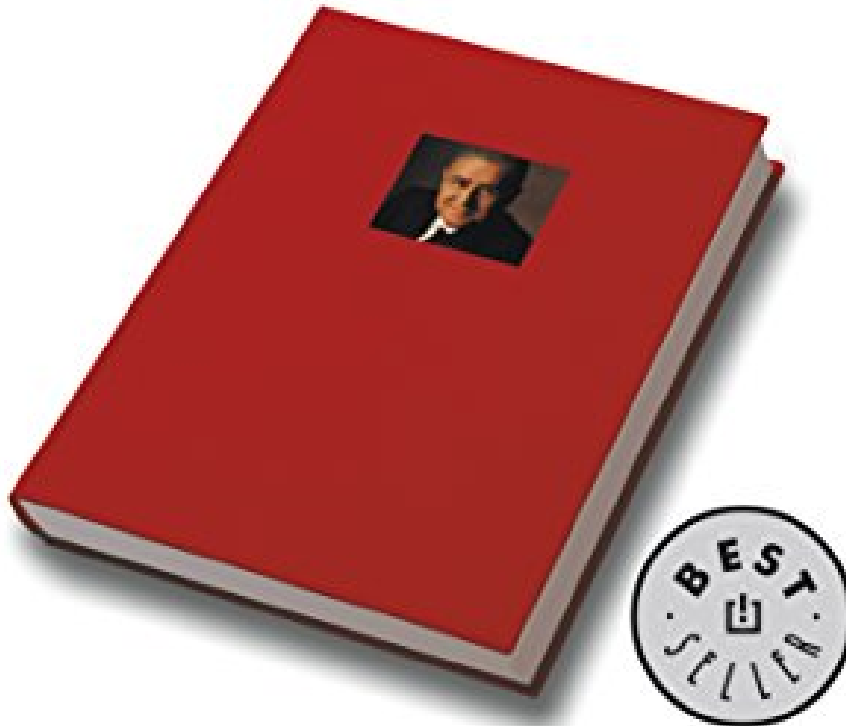


El libro rojo de la publicidad: (Ideas que mueven montañas)

LUIS BASSAT



EL LIBRO ROJO DE LA PUBLICIDAD

(Ideas que mueven montañas)

Descubra en unas horas lo que Luis Bassat, el mejor publicitario español del siglo XX, ha tardado 25 años en aprender. La publicidad que vende y la que no, en televisión, prensa, radio y exterior. Las estrategias y los diferentes caminos creativos. Los secretos de un buen

eslogan. Las promociones, el marketing directo, la publicidad institucional y unas notas básicas sobre la importancia de las marcas, de Internet y de la comunicación de 360°. Descubra la obra más vendida en toda la historia de la publicidad en España.

DEBOLSILLO

Fecha de publicación: 2 febrero, 2017

Editor: DEBOLSILLO

Autor: Luis Bassat

Longitud de impresión: 250

Idioma: Español

PDF

Descubre en unas horas lo que Luis Bassat tardó 25 años en aprender: la publicidad que vende y la que no, en televisión, prensa, radio y exterior; las estrategias y los diferentes caminos creativos; los secretos de un buen eslogan; las promociones, el Marketing directo, la publicidad institucional y la importancia de las marcas, Internet y la comunicación de 360°.

El libro rojo de la publicidad de Luís Bassat es la obra más vendida en toda la historia de la publicidad en España.

La opinión de los expertos:

«Una lección magistral sobre la importancia de la publicidad hoy en día.»

Juan Antonio Samaranch, Ex presidente del Comité Olímpico Internacional (Suiza)

«Las lecciones que ha aprendido y ha transmitido a los demás a través del libro son de gran interés y valor para cualquiera que ejerza su trabajo en el sector de la comunicación.»

Peter Brabeck-Letmathe, CEO de Nestlé S.A. (Suiza)

«Es el mejor libro del sector y creo que lo será por mucho tiempo.»

Robert Rodergas, Presidente del Gremio de la Publicidad de Barcelona

«El texto me parece un apasionante resumen de lo que es la publicidad ahora mismo y un excelente instrumento de consulta.»

Margarita Rivière, Periodista (Barcelona)

«No recuerdo un libro de publicidad tan completo, tan profesional y tan bien hecho.»

Ronald Assumpção, Publicitario (Brasil)

«Los que estamos enamorados de vuestro buen hacer estamos de enhorabuena por tu libro rojo.»

Pablo Romero, Director de Programación de Canal Satélite Digital (Madrid)

«Me encanta saber cómo has conseguido mover montañas.»

Margarita Sáenz-Díaz Trías, Periodista (Madrid)

«Cuando un gran profesional escribe un buen libro me gratifica porque se incorpora a la historia de la publicidad.»

Pedro Marcet, Vicepresidente de FIAP (Buenos Aires)

«Será de una utilidad grandísima a los estudiantes, a los publicitarios más jóvenes.»

Federico Ortiz, Decano de la Facultad de Artes y Ciencias de la Universidad Argentina de la Empresa (Buenos Aires)

«Lo he leído. Como un excelente licor, bien destilado, que pasa, te caleinta y te anima con una euforia serena.»

Joan S. Alós, Investigador de mercados (Barcelona)

«Se convertirá no solo en una amena lectura, sino, sobre todo, en un excelente instrumento de trabajo para todos los que nos dedicamos al mundo de la empresa.»

Xavier Ybargüengoitia, Director General de Moët Hennessy España (Barcelona)

«El libro rojo de la publicidad merece una medalla de oro.»

Kenneth Roman, Publicitario y autor de How to Advertise (Nueva York)

«Creo que tiene un gran interés para todas las personas que estamos vinculadas con el mundo empresarial.»

Francesc Santacana, Director General de la Fundación Bosch i Gimpera, Universidad de Barcelona

«Tu libro es magnífico.»

David Ogilvy (Touffou)

<http://yep.pm/3DyOHvsd5/kTp6aFHZN.pdf.rar>