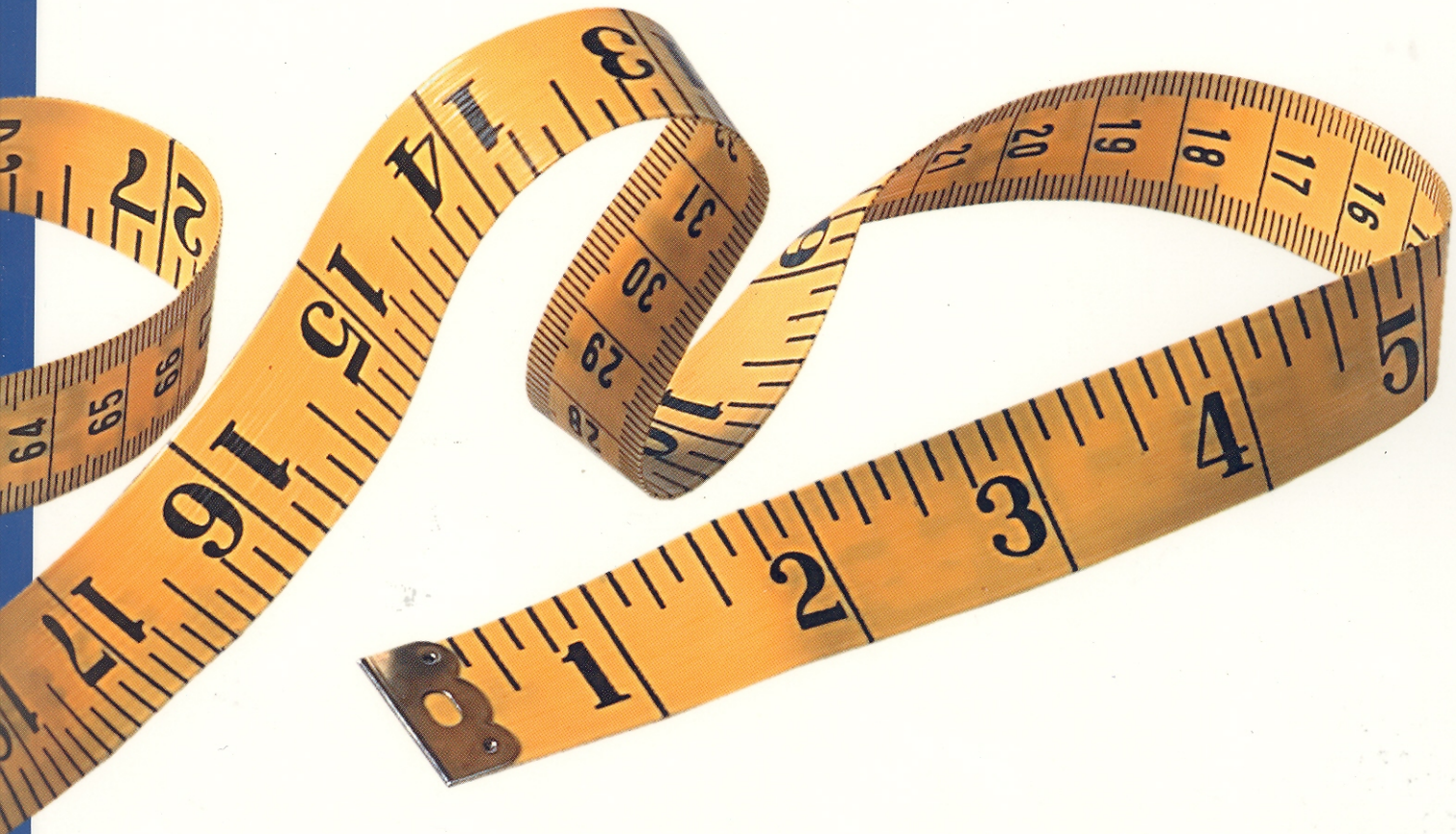


Wells | Moriarty | Burnett

Publicidad

PRINCIPIOS Y PRÁCTICA

séptima edición



Contenido breve

PARTE 1 FUNDAMENTOS

- 1 Introducción a la publicidad 3
- 2 El rol de la publicidad en el marketing 29
- 3 Publicidad y sociedad 59

PARTE 2 PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA

- 4 Cómo funciona la publicidad 97
- 5 La audiencia del consumidor 125
- 6 Investigación estratégica 155
- 7 Planeación estratégica 179

PARTE 3 MEDIOS EFICACES DE PUBLICIDAD

- 8 Medios impresos y medios fuera de casa 209
- 9 Medios de transmisión 241
- 10 Medios interactivos y alternativos 269
- 11 Planeación y compra de medios 291

PARTE 4 MENSAJES PUBLICITARIOS EFICACES

- 12 El lado creativo y la estrategia de mensaje 325
- 13 Copywriting 355
- 14 Diseño y producción 385

PARTE 5 INTEGRACIÓN Y EVALUACIÓN

- 15 Respuesta directa 421
- 16 Promoción de ventas, eventos y patrocinios 451
- 17 Relaciones públicas 475
- 18 Situaciones especiales en publicidad 503
- 19 Evaluación de la efectividad 531

Glosario 557

Créditos 571

Notas 575

Índice 581