

Gestión de la comunicación comercial

Pedro Reinoses y Sergio Calvo

Editorial McGraw-Hill

Madrid, 1999

266 págs.

Precio: \$ 15.190 (Feria Chilena del Libro)

La comunicación comercial desde un punto de vista integral es un tópico recurrente entre las casas editoriales que publican obras dirigidas a los ejecutivos. Hemos comentado en ediciones recientes un par de libros de publicidad que tratan a esta disciplina como parte integrante de un concepto más amplio, que es la comunicación comercial.

Sin embargo, la presente obra merece ser destacada por varias razones. En primer lugar, es teórica y práctica a la vez, pues establece una conceptualización relativa a las comunicaciones de marketing bastante válida para el mundo de habla hispana. Al mismo tiempo contiene una gran cantidad de ejemplos y casos prácticos sobre cada una de esas ideas.

Escarba entre las más variadas formas en que se realiza la comunicación comercial, enfrentando cada uno de los formatos a las necesidades específicas de una empresa, destacando en los respectivos casos sus ventajas y debilidades. Cada una de las actividades que involucra la comunicación comercial tiene un espacio muy bien dimensionado por los autores, ambos catedráticos con doctorados en ciencias económicas y en ciencias de la información.

La gestión comunicativa comercial es analizada en este libro desde sus inicios: es decir, desde el concepto de comunicación, haciendo un pequeño recorrido histórico de la teoría acerca de él. Los autores ingresan luego en los alcances comerciales de la



comunicación para enfrentar, capítulo a capítulo, cada uno de los elementos que componen esta dimensión, como la publicidad, la venta, el merchandising, la promoción, el marketing relacional, las relaciones públicas, el patrocinio, las formas publicitarias no tradicionales en televisión (bannering, producto emplazado, telepromoción, informerciales, etcétera) y la imagen corporativa.

Inseparable del contenido impreso de este libro es un CD-Rom que incluye presentaciones, videos, directorios y otros documentos que ilustran los temas de cada capítulo. Resaltan comerciales famosos, seleccionados para ejemplificar los estilos de publicidad audiovisual, encontrándose entre ellos un spot chileno ampliamente destacado por PublMark en su época.

Rodrigo Banda

Gestión de la comunicación comercial [artículo] Rodrigo Banda.

AUTORÍA

Banda, Rodrigo

FECHA DE PUBLICACIÓN

2001

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Gestión de la comunicación comercial [artículo] Rodrigo Banda. il.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile