

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título: Imagen Corporativa

Autor: Pintado Blanco Teresa

Precio: Desconocido

Editorial:

Año: 2013

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788473568975

La Imagen Corporativa es uno de los factores que se consideran fundamentales dentro de las organizaciones, y que no siempre se cuida como merece. Hace apenas cuatro años de la puesta en marcha de la primera edición de este manual, y desde entonces, la Imagen Corporativa se ha afianzado como uno de los factores básicos para la consolidación de empresas de cualquier sector.

Este libro se centra en la importancia que la imagen tiene para la gestión empresarial, abordando los elementos más destacables en la actualidad. De esta forma, se hace referencia, entre otros temas, a la investigación y auditoría de la imagen, la cultura corporativa, la RSC, además de profundizar en la identidad visual, la comunicación de crisis, así como la imagen y posicionamiento de marcas.

El objetivo del manual es que sirva de apoyo a profesores, alumnos y profesionales de su gestión. Dada la complejidad y amplitud de este área, el manual tiene un enfoque teórico práctico, incluyendo ejemplos y comentarios de situaciones empresariales, casos prácticos, y cuestiones para debatir y reflexionar. Además, se ha intentado mantener una redacción directa y cercana al lector, evitando en la medida de lo posible los tecnicismos que, en muchas ocasiones, producen más confusión y ambigüedad que claridad en la exposición. En esta segunda edición se han incluido nuevos ejemplos a lo largo del texto, se han renovado datos que afectan a la imagen de las empresas, y se han incluido nuevos casos empresariales al final de cada capítulo, con sus correspondientes cuestiones de análisis. Casos como el de Apple, Mercedes, Carrefour, Triodos Bank, Ryanair, y muchos otros, ilustran perfectamente las diferentes formas de abordar el análisis y la gestión profesional de la Imagen Corporativa.

En definitiva, lo que se pretende es que el lector se encuentre con un tratamiento cercano, actual y, por encima de todo, práctico, haciendo más amena e interesante su lectura, y ayudando a la comprensión de una de las áreas más complejas, pero también más apasionantes de la gestión empresarial.

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Autores: Carcelén García, Sonia; Cervera Fantoni, Ángel Luis; Cuesta Valiño, Pedro; Gutiérrez Rodríguez, Pablo; López Vázquez, Belén; Martínez Navarro, Gema; Merino Sanz, M^a Jesús; Pintado Blanco, Teresa; Sánchez Herrera, Joaquín; Sebastián Morillas, Ana.

Índice:

La importancia de la imagen en las empresas.- Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa.- Auditoria y estrategia de imagen.- Cultura corporativa.- Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa.- La identidad visual corporativa y el Naming.- Imagen y posicionamiento de marcas.- Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis.- La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa.- La distribución y la imagen del punto de venta.