



## Eficacia publicitaria [ Teorías y modelos aplicados /

Sánchez Herrera, Joaquín

Ediciones Pirámide,  
2017

Derecho y Economía - - no ficción. Economía. Aplicada a la empresa

Investigación de mercado

Monografía

Prólogo. Introducción al estudio de la comunicación publicitaria. Principios de la comunicación persuasiva: introducción al estudio de las actividades en publicidad. Principios de la comunicación persuasiva: modelos de integración de la información en publicidad. Medición de las actitudes en publicidad. Mecánica publicitaria. Los efectos finales de la comunicación publicitaria: efectos individuales. Los efectos finales de la comunicación publicitaria: efectos agregados

Prólogo. Introducción al estudio de la comunicación publicitaria. Principios de la comunicación persuasiva: introducción al estudio de las actividades en publicidad. Principios de la comunicación persuasiva: modelos de integración de la información en publicidad. Medición de las actitudes en publicidad. Mecánica publicitaria. Los efectos finales de la comunicación publicitaria: efectos individuales. Los efectos finales de la comunicación publicitaria: efectos agregados

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjUzNjE1MTY>

---

**Título:** Eficacia publicitaria [Recurso electrónico] Teorías y modelos aplicados Joaquín Sánchez Herrera

**Edición:** 1

**Editorial:** Madrid Ediciones Pirámide 2017

**Descripción física:** 535 p. 24 cm

**Mención de serie:** Economía Y Empresa

**Copyright/Depósito Legal:** M 11781-2017

**ISBN:** 9788436837797

**Materia:** Publicidad Marketing

**Punto acceso adicional serie-Título:** Economía y empresa (Pirámide)

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- [informa@baratz.es](mailto:informa@baratz.es)