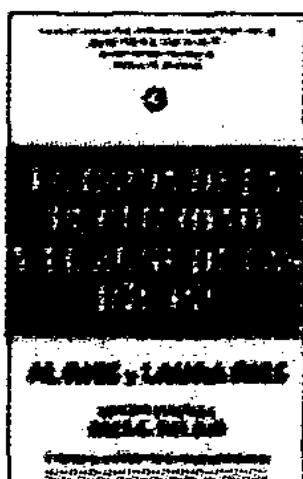


<b>HOY</b>	Tirada: 31.873	Sección: <b>Contraportada</b>	
	Difusión: 26.625 <b>(O.J.D)</b>	Espacio (Cm_2): 76 Ocupación (%): 8%	
<b>Extremadura</b>	<b>General</b>	Audiencia: 93.187 <b>(E.G.M)</b>	Valor (Ptas.): 28.928 Valor (Euros): 173,86
Diaria		13/04/2003	Página: 104
			Imagen: Si



## Una nueva era

**Título:** La caída de la publicidad y el auge de las relaciones públicas

**Autores:** Al Ries y Laura Ries

**Edita:** Empresa Activa

**Precio:** 15 euros

**Teléfono:** 91 633 07 27

Hoy, las grandes marcas se construyen con estrategias de comunicación y relaciones públicas. Una atenta mirada a la historia de la mayoría de las grandes marcas modernas, muestra que esto es cierto. De hecho, una asombrosa cantidad de marcas, entre ellas Zara, The Body Shop, Palm, Starbucks y Wall Mart han sido creadas prácticamente sin publicidad. Eso sí, han utilizado la publicidad una vez posicionada la marca para reafirmarla en la mente de los consumidores. A través del análisis de casos concretos en los que las relaciones públicas han conseguido enormes éxitos, los autores aportan ideas novedosas e imprescindibles para avanzar dentro del mundo del marketing y la comunicación.