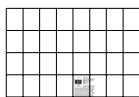
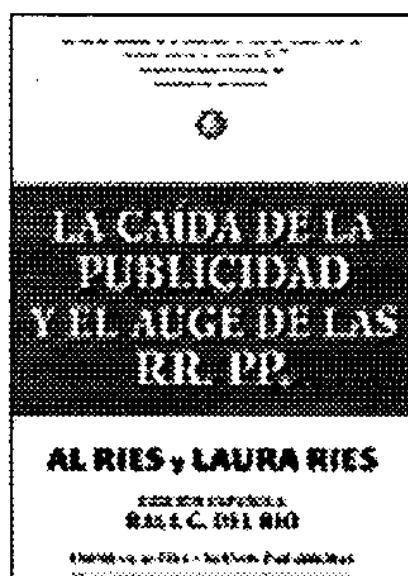


<b>LAS PROVINCIAS</b> <b>Comun. Valenciana General</b> <b>Diaria</b>	Tirada: <b>95.186</b> Difusión: <b>72.514</b> (O.J.D) Audiencia: <b>253.799</b> (E.G.M) 13/04/2003	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>81</b> Ocupación (%): <b>7%</b> Valor (Ptas.): <b>50.360</b> Valor (Euros): <b>302,67</b> Página: <b>101</b>	
		Imagen: <b>Si</b>	



## 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.