

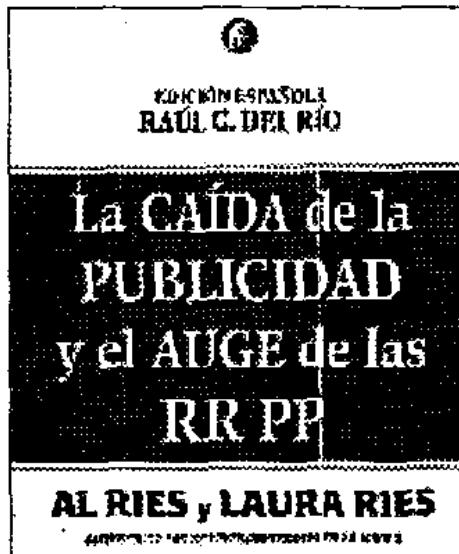
Tirada:	22.462	Sección:	-
Difusión:	17.678	Espacio (Cm_2):	67
(O.J.D)		Ocupación (%):	6%
Audiencia:	61.873	Valor (Ptas.):	22.309
		Valor (Euros):	134,08
	18/05/2003	Página:	124
		Imagen:	Si

## Caída de la publicidad

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

**AUTOR: Raúl G. del Río**

**EDITORIAL: Empresa activa**



El libro destaca en primer lugar que en el mundo actual cada vez es más difícil que un producto o servicio que sea

uno más en el mercado capte el interés de los medios de comunicación y de los consumidores. En segundo lugar, la publicación explica que contar con la estrategia adecuada es mucho más crítico para las pequeñas marcas que para las grandes.