Guía práctica de marketing digital

El método IMPACTO

Autores
Mario R. Paredes, Mario Rolando Paredes Escobar

Sinopsis

Esta obra presenta el método IMPACTO, un sistema integral de marketing digital que ayuda a las empresas y emprendedores a conectar efectivamente con el consumidor digital mediante siete componentes esenciales: investigación y estrategia, mente del consumidor, plataformas sociales, analítica e inteligencia artificial, copy y persuasión, técnicas narrativas y optimizadores sociales.El texto despliega teoría, ejemplos prácticos y casos de éxito que incluyen el uso ético de la inteligencia artificial, el poder de las historias y el rol crítico de los influencers como amplificadores de la comunicación digital. Con un enfoque en la evidencia, también proporciona herramientas para diseñar, implementar, medir y optimizar estrategias digitales basadas en la comprensión profunda del consumidor.Dirigida a profesionales de marketing, empresarios y consultores que buscan aprovechar las nuevas tecnologías y comportamientos sociales para aumentar el impacto y la fidelidad de sus marcas, esta guía combina rigor académico con utilidad práctica, facilitando la transformación digital exitosa.

MR

Sobre el autor

Mario R. Paredes

Profesor principal de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario.



Impreso

Año de publicación: 2026

Presentación: Libro de tacto blando (Libro)

Tamaño: 24 x 17 x 1.1 cm

Número absoluto de páginas: 200 Páginas

ISBN13: 9789585089655

$87.000 COP

E-Book

Año de publicación: 2026

Presentación: EPUB (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 200 Páginas

ISBN13: 9789585089662

$78.000 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Realizó una estancia posdoctoral en marketing en la Universidad de Extremadura. Es doctor en Dirección Empresarial desde la Innovación por la Universidad del País Vasco, donde por sus méritos recibió el premio extraordinario de doctorado. Tiene una amplia experiencia profesional gerencial en el campo del marketing de servicios. pi_Transformacion digital en las organizaciones.indd 351 22/02/22 11:11 a. m. Transformación digital en las organizaciones 352 Es autor de diversos artículos académicos, casos de estudio y ponencias en temas de mercadeo, cocreación de valor y comportamiento del consumidor. Además, es autor del libro Consumerología

MP

Mario Rolando Paredes Escobar

Universidad del Rosario (Colombia)

E-Book

Año de publicación: 2026

Presentación: PDF (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 200 Páginas

ISBN13: 9789585089679

$78.000 COP



Palabras clave

Marketing digital; Consumidor digital; Inteligencia artificial; Redes sociales; Copywriting; Persuasión; Storytelling; Influencers; Estrategia digital; Analítica; Optimización; ética en marketing

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen