Publicidad con Sentido Social



Autores

Jaime Alberto Orozco-Toro, Omar Muñoz-Sanchez, Zulima A. López Torres, Rafael Vargas Cano, María Adelaida Duque Duque, Jorge Rada López, Jhoiner Cuéllar Arenas, Miguel Ángel Londoño Ossa, Helena Uttima Loaiza, María Camila Besil Díaz, Andrés Hoyos Ríos, María José Lema Arango, Andrés Rendón Velásquez, Mateo Sepúlveda García, Felipe Raad Martinez, Mariana Serna Obando, Martín Palombini Sanchez y Johana Tarquino Castro, Jaime Alberto Orozco-Toro y Omar Muñoz-Sanchez

Sinopsis

La publicidad social y el mercadeo social en Colombia han tenido un importante desarrollo, especialmente en campañas implementadas por el sector público, por Organizaciones no Gubernamentales y por algunas empresas privadas. En este sentido, el progreso que se ha generado es una muestra de las evidentes necesidades sociales que se tienen en Colombia, razón por la cual ha sido necesario privilegiar la préctica por encima de la teoría. Lamentablemente, en nuetro país, las teorías asociadas al mercadeo y la publicidad social son escasas, y los teóricos que se pueden asociar a estas propuestas son por lo mismo bastante limitados. Además de los enfoques teóricos y prácticos, este libro aborda una cantidad interesante de conceptos que le permitirán al lector conocerlos últimos términos que se manejan en el contexto empresarialy universitario. El mercadeo con causa, el marketing social corporativo, el greenwashing, los sweatshops, stakeholders, sostenibilidad,los adoptantes objetivos, los agentes de cambio, son solo algunos de los conceptos que se podrá encontrar en esta publicación. De esta forma, en un país como Colombia, en donde existen múltiples problemáticas sociales, se requiere no solo implementar estrategias y campañas que beneficien a la sociedad, sino y sobre todo, una visión crítica, objetiva y académica sobre la relevancia que hoy en día tiene pensar y teorizar sobre la publicidad social.

Impreso

Año de publicación: 2019

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17.5 cm

Número absoluto de páginas: 286 Páginas

ISBN13: 9789587646726

$60.000 COP

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

JA

Sobre el autor

Jaime Alberto Orozco-Toro

OM

Omar Muñoz-Sanchez

ZL

Zulima A. López Torres

RV

Rafael Vargas Cano

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

MD

María Adelaida Duque Duque

JR

Jorge Rada López

JC

Jhoiner Cuéllar Arenas

ML

Miguel Ángel Londoño Ossa

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



Helena Uttima Loaiza



María Camila Besil Díaz



Andrés Hoyos Ríos



María José Lema Arango

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



Andrés Rendón Velásquez



Mateo Sepúlveda García



Felipe Raad Martinez



Mariana Serna Obando

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

MT

Martín Palombini Sanchez y Johana Tarquino Castro

JO

Jaime Alberto Orozco-Toro y Omar Muñoz-Sanchez

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