

Aprender Comunicación empresarial con las experiencias de los mejores.

JULIO 2024

Las empresas han tomado conciencia de que la comunicación no es un mero intangible y que debe estar, al menos, en el mismo nivel de importancia que sus números, su contabilidad. Las áreas de comunicación y sus profesionales son, hoy, estratégicas en el seno de toda empresa. La competencia, el accionariado, los públicos relevantes, la globalización o las tendencias ESG, han convertido la comunicación empresarial en una referencia clave dentro de los planes estratégicos de las compañías. Alcanzar esta imprescindibleidad ha ido convirtiendo esta especialidad comunicacional en toda una disciplina, con su teoría, su práctica y su complejidad de manejo.

La comunicación ya no se circunscribe a ámbitos puramente comerciales, sino que lo inunda todo. Por ello, dircoms y consultoras de comunicación tienen un determinado peso en toda organización a la hora de plantear su estrategia, en tanto en cuanto la información es más que nunca poder y las empresas saben muy bien que han de ser ellas quienes controlen sus mensajes.

Más viva que las propias sociedades, la comunicación y, más aún la empresarial, se va moldeando con cada cambio. Por eso merece la pena ver cómo han sido los últimos años 50 de la comunicación al servicio de empresas e instituciones. 50 años dando forma a un oficio del que ninguna compañía que se precie debería prescindir.

Las acciones de comunicación empresarial obtienen resultados globales y pocos discuten ya que el silencio, hoy por hoy, sigue sin ser rentable. «Su autor es un enamorado de la comunicación en la empresa, de la que posee una sólida experiencia desde distintos enfoques que quedan patentes en estas páginas: desde su visión como profesor universitario hasta su experiencia como periodista fundador de medios de comunicación de primera fila o responsable de comunicación de empresas señeras de nuestro país».

—Antonio Garamendi

NOVEDAD COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

ISBN: 9788410235212

Encuadernación: Rústica

Formato: 15,3 x 23 cm

Págs: 356

Papel: FSC

Categoría: B

Derechos: M

PVP: 28.70 € | 29.85 €

IBIC: KPJ

Palabras clave: **comunicación, empresa, contabilidad, globalización**



Autor:



Carlos Díaz Güell es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, de la que fue profesor. Empezó en el periodismo escribiendo sobre economía cuando nació *El País* y hoy sigue haciendo lo mismo. Entre las dos fechas, ha tocado todos los palillos de la comunicación: ha creado y dirigido consultoras de comunicación como Estudio de Asesores con el primer headhunting de profesionales de comunicación de España; ha creado y dirigido periódicos económicos con el Grupo 16 o facultades de periodismo, y se ha responsabilizado de la comunicación en la Administración Pública o en empresas y entidades como Iberia LAE o el Banco de España. Ha publicado media docena de libros y editado publicaciones digitales como Innovaspain o Tendencias del Dinero.

Redes sociales:

LinkedIn: <https://es.linkedin.com › carlos-díaz-güell-1a865982> · Twitter: @carlosdiazguell

Argumentos de venta y Plan de medios:

- Un libro que refleja los secretos de la comunicación empresarial y su importancia en el siglo XXI.
- La historia de los últimos 50 años de comunicación empresarial e institucional, éxitos y fracasos.
- El autor es un destacado periodista y docente autor y colaborador en otras obras de Profit Editorial.
- Nota de prensa, presentaciones y promoción en redes sociales.

Otros libros relacionados:

