



Editorial Rosselló, 87-89
Gustavo Gili, SL 08029 Barcelona - España
Tel. 93 322 81 61
Fax 93 322 92 05
e-mail: info@ggili.com
http://www.ggili.com

manual práctico y directo sobre la profesión, se explica todo: desde el enfoque stakeholder y los once tipos de público que puede tener una marca, hasta la integración de todas las comunicaciones en una sola estrategia de marketing o el desglose detallado de todos y cada uno de los formatos comunicativos que se utilizan en moda. Pero este libro aporta, sobre todo, una visión de conjunto de los principios y fundamentos de una disciplina, la de la comunicación de moda, cuya repercusión va mucho más allá de los límites estrictos de la industria a la que pertenece.

LA AUTORA Paloma Díaz Soloaga, doctora en Publicidad y RRPP por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), es profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Trabajó durante cinco años en la revista Telva y dirige desde 2007 el título en Comunicación y Gestión de la Moda del Centro Universitario Villanueva. Ha sido profesora visitante del Fashion Institute of Technology, de la Universidad de Harvard y de la Universidad de Illinois, y ha centrado su labor investigadora en los efectos de los medios de comunicación en los estilos de vida.

EL LIBRO



Comunicación y gestión de marcas de moda **Paloma Díaz Soloaga**

Colección GGmoda

16 x 23 cm

180 páginas

Rústica

Editorial Gustavo Gili, 2014

ISBN: 9788425226861

PVP: 25 €

Área de Comunicación de la Editorial Gustavo Gili

Para más información y material contactar con Prensa (Editorial Gustavo Gili)
Rosselló 87-89, 08029 Barcelona · e-mail: prensa@ggili.com · tel: 93 322 81 61