

INDICE

Agradecimientos	11
Primera Parte.	
Preludio: pesadilla en Madison Avenue La publicidad en Crisis	15
1. Un Mar de Problemas. Planificación total de la comunicación	20
2. La Decisión de Sophie. ¿De modo que quieres contratar los servicios de una agencia de publicidad?	42
3. Las Bodas del Cielo y del Infierno. Acostarse con una agencia	55
Segunda Parte.	
4. Como una Piedra de Río. El establecimiento los objetivos de la publicidad	79
5. Ardides y deseos La Creación de estrategias publicitarias	88
6. El Bueno, el Malo y el Feo El informe destinado creativo	111
7. Doce Hombres sin Piedad Desarrollo y evaluación del trabajo creativo	119
8. Por un Puñado de Dólares Cómo sacar partido de los medios de comunicación	135
9. Un Mundo de Ricos La publicidad y la eficiencia en función de los costes	157
Tercera Parte	
10. Medida por Medida Evaluación del producto publicitario	169
11. Inundación en las Calles. ¿Qué hacemos? Cómo hacer publicidad en el extranjero	190
12. Diferencias Irreconciliables Las relaciones cliente / Agencia	211
Epílogo: La Publicidad a Juicio Manifiesto para los años noventa	231
Índice	245