

<b>I. ENTORNO DIGITAL: DONDE LAS FRONTERAS ENTRE NEGOCIO Y COMUNICACIÓN SE ENCUENTRAN</b>	
<b>Introducción</b>	11
Cristina Sánchez Blanco, Teresa Sádaba y Marta Torregrosa	
<b>II. NEGOCIO DE MODA EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL</b>	
<b>1 Aprendiendo a bailar con el e-commerce</b>	19
Pablo Foncillas y Patricia SanMiguel	
<b>2 Hacia la omnicanalidad</b>	39
Luis Lara Arias	
<b>3 Comportamiento de compra del consumidor digital</b>	55
Diana Pérez-Bustamante	
<b>4 El sector del lujo en el entorno digital</b>	79
Silvia Ortega e Isabel García Hiljding	
<b>III. COMUNICACIÓN DE MODA EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL</b>	
<b>1 Marcas de moda: panorama actual de comunicación estratégica</b>	95
Cristina Sánchez Blanco y Jorge del Río	
<b>2 Fashion Influentials: prescripción y liderazgo en moda</b>	111
Teresa Sádaba y Patricia SanMiguel	
<b>3 Mediatización de la moda</b>	123
Roberta Bueso y Marco Pedroni	
<b>4 La tienda en el entorno digital</b>	141
Eugenia Josa y Carmen Llovet	
<b>5 Storytelling para marcas de moda</b>	161
Tom Handley y Belén Torregrosa	
<b>6 Los fashion films como relatos audiovisuales de marca</b>	173
María Noguera y Marta Torregrosa	
<b>Autores</b>	187