

Curso

Mercadotecnia editorial

Hagamos cosas diferentes para esperar resultados distintos



Fecha:
del 24 al 27 de abril, 2017

Horario:
de 16:00 a 19:30 horas

Duración: 14 horas

Objetivo:

El alumno adquirirá un claro entendimiento de las principales herramientas que se utilizan en la creación de un *plan de mercadotecnia*. Para lograr implementarlo diseñará la estrategia promocional que combine eficazmente las técnicas promocionales tradicionales y digitales asumiendo una posición de liderazgo.

Temario:

SESIÓN 1

Objetivo: Conocer las diferentes técnicas promocionales en la Industria Editorial

- 1.1 Mercadotecnia editorial
- 1.2 La mezcla promocional: Promoción de ventas, Publicidad, Relaciones públicas y Venta personal

SESIÓN 2

Objetivo: Conocer las diferentes técnicas de mercadotecnia *online*

- 2.1 Mercadotecnia de contenidos
- 2.2 Mercadotecnia editorial en las redes sociales

SESIÓN 3

Objetivo: Desarrollar el mensaje promocional y la estrategia de mezcla promocional para el producto editorial

- 3.1 Características del producto o servicio
- 3.2 Creación del mensaje: *The selling idea*
- 3.3 Selección de la mezcla promocional

SESIÓN 4

Objetivo: Desarrollar el plan de mercadotecnia para un libro, autor, sello editorial

- 4.1 Objetivos de la mezcla promocional
- 4.2 Pasos para desarrollar un plan de mercadotecnia efectivo
- 4.3 La evaluación del plan de mercado

Ponente:

Pilar Gordo

Es licenciada en Ciencias de la Comunicación y maestra en Mercadotecnia y Publicidad por la Universidad Anáhuac del Norte. Su carrera profesional se ha desarrollado en la Industria Editorial. En su labor como mercadóloga acumula una experiencia de más de 20 años. Entre las empresas editoriales para las que ha trabajado se encuentran Ediciones B, Zeta Multimedia, Grijalbo-Mondadori y actualmente es la Directora de Marketing & Servicios Editoriales de Penguin Random House Grupo Editorial.

Desde hace algunos años está involucrada en el desarrollo e implementación tanto de estrategias como de mecánicas promocionales en las que fusiona herramientas y conceptos clásicos del marketing con el uso de las nuevas tecnologías.

Bajo el eslogan "Cuando sea grande quiero leer tanto como tú", desarrolló e implementó la estrategia de responsabilidad social de Random House Mondadori, a través de su editorial DeBOLSILLO, con la firma de una alianza con UNICEF en favor del programa "Todos los niños en la escuela".

En su labor docente ha impartido los cursos: Sistemas de Manufactura y Logística Global y Estrategias de Mezcla Promocional en diferentes campus de la Universidad Anáhuac de la República mexicana y ha participado como conferencista de Marketing Editorial en la Beca Juan Grijalbo-Secretaría de Cultura.

Inversión

Inversión afiliados CANIEM: \$ 3,500 más IVA

No afiliados: \$ 5,250 más IVA

Nos reservamos el derecho de cancelar o posponer las actividades académicas que no reúnan el mínimo de participantes.

Formas de pago:

Cheque, depósito: Cuenta 52 03 80 20 4 18

Transferencia: Cuenta 01 41 80 52 03 80 20 41 87

Banco Santander a nombre de CANIEM

Cargo a tarjeta de crédito y efectivo.

Fecha límite de inscripción:

miércoles 19 de abril, 2017

Informes e inscripciones: Leticia Arellano

Teléfono directo: 5604 3294, conmutador: 5688 2011 ext. 728, capacit@caniem.com,
Holanda 13, colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, 04120, Ciudad de México