

Marketing aplicado al proyecto publicaciones

A partir del anteproyecto de publicaciones que presenta el alumnado, la asignatura se plantea como objetivo su análisis y viabilidad comercial desde la perspectiva del Marketing. Para ello se revisan los principales conceptos de esta área de conocimiento tratando de aplicarlos al proyecto del alumnado.

De este modo, partiendo del análisis del mercado de publicaciones y del consumidor, el alumnado deberá definir cuál su propuesta de valor diferenciadora, a qué público objetivo se dirige y cuál es su estrategia para lograrlo. A partir de ahí, el alumnado deberá caracterizar su producto editorial, definiendo sus atributos y analizando conceptos como el de marca. Igualmente se estudiará la determinación del precio de su propuesta; así como cuáles son las herramientas más adecuadas de distribución para que su proyecto alcance a sus consumidores y las diferentes formas de comunicación y promoción con las que hará conocer su trabajo.

En la asignatura se analizan nuevas tendencias en el mercado de las publicaciones, así como en el campo de la comunicación y del marketing digital, buscando su aplicación al proyecto editorial propuesto por el alumnado.

Créditos: **4**

Duración: **Semestral**

Idioma: **Castellano**

Materia: **Teoría aplicada al proyecto de publicaciones**

Profesor: **Gabriel Navarro Valencia**

Departamento: **CC.SS. y Legislación**

[Guía docente](#)