



Marketing de la edición

Sku: CT2408

Horas: 13

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Conocimiento del producto
2. Conocimiento de los lectores reales y potenciales
3. Estudio de Mercado. Mercado Global
4. Circuitos de comercialización y venta
5. Políticas de calidad y promoción del producto editorial
6. Planes y estrategias para conseguir el máximo de ventas en los diferentes canales de distribución
7. Diversificación de la oferta
8. Nuevos canales de difusión