

Curso: Estrategias de Marketing para librerías

JUSIFICACIÓN

La librería especialmente la pequeña y mediana, no tiene una clara noción ni del significado de Marketing ni de su utilidad. Se le ve más cómo un gasto que como una inversión. No se sabe medir su alcance ni la penetración ni los resultados; tanto menos en un momento como este en donde la mayoría de las librerías internacionales, cuentan con las plataformas digitales como las redes sociales de donde generan más ventas, interacción e impactos que en el piso de venta de la librería tradicional.

Como herramientas fundamentales del marketing actual, se debe contar con dos modelos de negocio los cuales no deberían estar a discusión sino todo lo contrario, deben ser parte indispensable de la estrategia de marketing: las relaciones públicas y los Patrocinios.

Es por ello que se hace indispensable conocer los principios básicos del marketing y traspolarlos de ser posible, a las tecnologías de la información.

Igualmente, los libreros deben saber qué esperar al momento de tomar decisiones en sus inversiones y determinar los diferentes plazos para medir mejor los resultados. Esto es el principio de toda estrategia.

Objetivo general

Con este curso se conocerá el proceso para la elaboración de una estrategia de marketing con objetivos claros y medibles. Se sabrá desarrollar los lineamientos básicos para la elaboración de un plan maestro con el cual podrán empezar a trabajar de inmediato.

Objetivo específico

- Creación de valor de marca

Holanda 13, Colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, 04120, Ciudad de México



/CamaraEditorial



@CANIEMoficial

- Reducción y optimización de los recursos
- Potenciar las cualidades de la marca y sus productos/servicios
- Realización de campañas de alto impacto
- Responsabilidad social y ambiental

Dirigido a

- Directivos y personal de librerías
- Directivos de librerías que buscan potenciar su inversión publicitaria
- Mercadólogos, comunicólogos, diseñadores, publicistas y estrategias consultores
- Todo interesado en el crecimiento y desarrollo de las librerías

Contenido temático

MÓDULO 1 (teórico)

Marketing

1.1 Análisis Extrínsecos e Intrínsecos

1.1.1 Factores Internos de la librería

1.1.2 Revisión del negocio últimos tres años

1.2 Análisis FODA

1.2.1 De la Librería

1.2.2 De la Competencia directa/indirecta y web

1.3 Branding

1.3.1 Estrategia de Marketing

1.3.2 Estrategia de Medios

1.3.3 Estrategia de Redes

Holanda 13, Colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, 04120, Ciudad de México



/CamaraEditorial



@CANIEMoficial

MÓDULO 2 (teórico) RRPP/Patrocinios

2.1 Relaciones Públicas

2.1.1 Clasificación de objetivos

2.1.2 Clasificación de clientes/medios/aliados estratégicos

2.1.3 Por qué patrocinar

2.1.4 Branding segmentado (repercusión en sectores específicos)

MÓDULO 3 (práctico)

ROYECTO

4.1 Brief

4.1.1 Se definen los objetivos y el alcance a obtener

4.1.2 Se desarrolla la estrategia de Branding - Marketing

4.2 Planeación

4.2.1 Se definen los plazos y sus objetivos específicos

4.2.2 Se definen los métodos de medición de resultados

4.3 Presentación

4.3.1 Presentaciones por equipos o individual

4.3.2 Retroalimentación

Apoyos

- Casos • Datos estadísticos • Videos • Gráficas / Infografías • Presentaciones • Autores
- Bibliografía • Sitiografía

Holanda 13, Colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, 04120, Ciudad de México



/CamaraEditorial



@CANIEMoficial



Ponente: Giovanni Stefano Niro Serrano

Estudios: 1981-1984 Istituto Europeo di Design, IED, Roma, Italia. Especialidad en Publicidad y Marketing. Laboral: De 1992 a 1998 Director Creativo en agencias de publicidad como McCann Erickson, Terán TBWA y BBDO. 4 Realizó campañas publicitarias exitosas para marcas internacionales y nacionales a saber: Coca Cola, Nike, Gillette, L’Oreal, Marinela, Bachoco, Iusacell, Pepsi Cola, Firestone, Nestlé, HP, entre otras. 1999 a la fecha Presidente de Mark Ad Consulting, agencia de asesoría en marketing, creatividad y producción. Académico: Desde 1996 Docente para asignaturas en Comunicación, Mercadotecnia, Publicidad, Moda y Medios en universidades como UIC, IBERO*, CESSA, UP, Anáhuac Sur (UAS) y Norte (UAN), ITAM, CECC y UC. *En la Universidad Iberoamericana a la actualidad, 20 años ininterrumpidos como docente de Comunicación, Mercadotecnia y Gestión Estratégica (Elaboración de Proyectos Institucionales de carácter social). Profesor de MBA Economía en la UAS. Profesor de Maestría en Elaboración de Mensajes Publicitarios en el ITAM y CECC. Profesor Titular de la Asociación Nacional de la Publicidad (ANP).

Docente colegiado del Instituto Nacional de Libreros (Indeli). 2008 al 2014 Director de las Escuelas de Mercadotecnia, RRPP, Publicidad y Diseño Gráfico en el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación Cecc Pedregal. 2014 a 2015 Director de Relaciones Institucionales en el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación Cecc Pedregal. Coordinador para el diseño de la Maestría en Publicidad para el Cecc, 2013. 2006 a la fecha Coordinador del Diplomado en Marketing Deportivo con Responsabilidad Social y Ambiental. 2016 a 2017 Coordinador de la Licenciatura de Comunicación Social de la Universidad de la Comunicación. 2017 Certificado de Registro Único del Deporte, RUD por la ENED (en trámite). 2017 Certificación por parte del Colegio Profesional de Licenciados en Entrenamiento Deportivo, CLPED para la Elaboración de Artículos de Estudio de Investigación sobre Actividad Física y Deporte, 2017.

Holanda 13, Colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, 04120, Ciudad de México



/CamaraEditorial



@CANIEMoficial

Duración: 15 horas

Fechas: Sábados 14 de julio (teórico), 21 de julio (teórico) y 28 de julio (práctico) de 2018

Horario: De 09:00 a 14:00 horas

Fecha límite de inscripción: martes 10 de julio del 2018

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 la CANIEM

Cargo a tarjeta de crédito y efectivo

Nos reservamos el derecho a cancelar o posponer las actividades que reúnan el mínimo de participantes

Diseñamos cursos, seminarios y conferencias de acuerdo con los requerimientos de su empresa.

Informes e inscripciones:

Leticia Arellano Teléfono directo: 5604 3294, conmutador: 5688 2011 ext. 728,
leticia.arellano@editamos.com.mx; arturo.ahmed@editamos.com.mx

Holanda 13, Colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, 04120, Ciudad de México



/CamaraEditorial



@CANIEMoficial