

Categorías: Artes gráficas

### OBJETIVOS

Comprobar si un conjunto de obras propuestas compiten directamente con una supuesta línea editorial y, de haber conflicto, tratar de diferenciar e individualizar las nuevas obras. Determinar el momento óptimo de aparición en el mercado de varias obras propuestas en función de los datos aportados referentes a épocas de mayores ventas, acciones de la competencia y otras tiradas de la editorial.

### 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

