

image not found or type unknown



Estrategias y marketing de museos

Neil Kotler, Philip Kotler

Fecha de publicación:

16/01/2001

Estrategias y marketing de museos

Sello Editorial:

Editorial Ariel

Contacto de prensa

Nombre: Laura

Fabregat

Teléfono: 934928947

Email:

lfabregat@planeta.es

Nombre: Laia Barreda

Vicent

Teléfono: 93 492 8308

Email:

laia.barreda@planeta.es

Nombre: Erica Aspas

Teléfono: 934928752

Email:

easpas@planeta.es

Estrategias y marketing de museos es la primera obra exhaustiva sobre planificación estratégica y marketing de museos, pues ofrece un marco genérico para futuras intervenciones que aborda los retos a los que se enfrentan actualmente los museos, centros de interpretación histórica y científica, parques zoológicos y jardines botánicos. En vez de contemplar el marketing como un elemento contrapuesto, se muestra su utilidad para incrementar ingresos, públicos y recursos, respetando y fomentando la misión de los museos. Las herramientas estratégicas y de marketing nos permiten definir y alcanzar nuestros objetivos, aumentar la calidad y el número de nuestros apoyos, y construir museos económicamente saneados y vibrantes. Neil Kotler y Philip Kotler proponen una variedad de métodos y herramientas para afrontar el constante cambio del entorno: estructuras de precios, promoción y comunicación, distribución de programas externos, imagen de marca, análisis de los públicos, marketing de servicios, desarrollo de nuevos productos, autoevaluación de la organización y auditorías de marketing. Su enfoque enciclopédico cubre todo aquello que los profesionales de los museos necesitan saber -desde la planificación estratégica y la elaboración de presupuestos, hasta la publicidad, la relación con los medios de comunicación y la captación de fondos-, al tiempo que proporciona las herramientas básicas para crear y desarrollar un museo próspero y floreciente.

Neil Kotler

Philip Kotler

Philip Kotler es uno de los mayores expertos mundiales en marketing.

Es catedrático de la Kellogg School of Management y autor de diversos libros sobre la materia, entre los que destacan *Dirección de marketing* (Pearson), considerado por el *Financial Times* como uno de los cincuenta mejores libros de empresa; y *Principios de marketing* (Prentice Hall).

A lo largo de su trayectoria ha sido galardonado con centenares de premios, tales como el premio Líder en Pensamiento de Marketing por la American Marketing Association, el Paul Converse Award y el Distinguished Marketing Educador Award.

Ha trabajado también como consultor para varias empresas, entre ellas AT&T, IBM, General Electric, Honeywell, Bank of America, Merck, SAS Airlines, Michelin, McDonald's, Motorola, Ford Motor, JP Morgan o Novartis. Es un reconocido y aclamado conferenciante.