

El **Gremi d'Editors de Catalunya** organitza el curs de formació bonificada, "**El màrqueting aplicat al món del llibre: factor clau per l'èxit editorial**", de deu hores de durada, i que tindrà lloc a les seves instal·lacions.

### **Dades del curs:**

- **Durada:** 12 hores
- **Periodicitat:** cinc sessions (2 sessions de 3 hores; 3 sessions de 2 hores)
- **Dates:** del dimecres 8 al dimecres 5 de juny 2019 (tots dos inclosos)
- **Horari:** de 17.00h a 20.00h

### **Objectius:**

En les dues primeres sessions, es dotarà als assistents dels conceptes bàsics del màrqueting que s'han de tenir en compte.

Amb la tercera i quarta sessió, l'objectiu principal és que els assistents coneguin com funcionen els algoritmes, explicar les seves bondats i els seus límits i aprendre com els poden utilitzar en la seva feina. A més, es fa una aproximació a l'estat de l'art, les noves tendències i una mirada al futur.

A la cinquena sessió, desgranarem els elements indispensables, tant formals com de contingut, per crear una nota de premsa de qualitat i amb garanties d'èxit. Es mostrarà el funcionament d'un mètode que, sota el nom de *sprai*, funciona amb intel·ligència artificial.

### **A qui va dirigit:**

A professionals de l'àmbit comercial, de la comunicació, la publicitat o altres àmbits professionals que en només dues sessions volen adquirir coneixements fonamentals sobre el màrqueting, aclarint conceptes i qüestions bàsiques que s'han de tenir en compte alhora de plantejar qualsevol acció de negoci.

### **Programa:**

#### **1. Concepte claus de màrqueting a tenir sempre en compte**

1. Què és el "marketing"?
2. Mercat i entorn
3. Diferència entre necessitat, desig i demanda
4. Producte: què és, tipus de Producte, cicle de vida dels productes
5. La marca
6. El Posicionament
7. Mapa de posicionament
8. El procés de compra
9. El Preu i el Valor

## **2. Concepte claus de màrqueting a tenir sempre en compte**

1. La política de distribució (física i digital)
2. Comportament del consumidor
3. Els "Moments de la veritat"
4. La miopia del marketing
5. Marketing "tradicional" i marketing digital
6. Les 4 P's del Marketing tradicional:
7. Les 4 P's del Marketing digital
8. Públic objectius versus Buyer Persona
9. Índex d'un Pla de Marketing

## **3. Els algoritmes com a instrument de màrqueting per a la indústria editorial (horari de 18.00 a 20.00h)**

1. Coneixement del lector.
2. Dades quantitatives versus qualitatives.
3. Monitorització xarxes socials.
4. Algoritmes d'anàlisi de sentiment i big data.
5. Marqueting Emocional.
6. Neuromarqueting com a instrument del marqueting emocional.

## **4. Algoritmes de recomanació de lectures (horari de 18.00 a 20.00h)**

1. Estudi individualitzat dels casos SPOTIFY, NETFLIX i AMAZON. Es poden aplicar al món dels llibres? Quines lliçons obtenim de les seves experiències?
2. Virtuts i límits dels algoritmes. Aspectes positius i negatius. Grau de precisió. Encerten en les seves recomanacions?
3. Algoritmes versus prescripció humana. Avantatges i inconvenients.
4. Estat de l'art. Algoritmes de recomanació actuals en el món del llibre. Com els algoritmes poden fomentar la lectura?
5. Noves formes de prescripció i recomanació: Intel·ligència Artificial i Bots.
6. Noves tendències.

## **5. Crea notes de premsa d'èxit gràcies la tecnologia i la intel·ligència Artificial (horari de 17.00 a 19.00h)**

1. Què ha de tenir una nota de premsa per tenir èxit des del punt de vista formal i de contingut?
2. El mètode sprai o com la tecnologia ens ajuda a millorar una nota de premsa i ens garanteix arribar a més destinataris.
3. La intel·ligència artificial com a recurs per augmentar la difusió d'una nota de premsa.
4. Casos d'èxit.
5. **Pràctica. Es requereix que portin un portàtil o tablet.**

### **Ponents:**

**Sergi Larripa**, periodista especialitzat en marketing i comunicació 360°. Més de 20 anys com a director de MKT i Comunicació corporativa, especialitzat en marketing digital. Formador i docent, he impartit classes de marketing a diferents graus, postgraus i màsters universitaris de la UB, UIC, Blanquerna-URL i INEFC. Autor del blog <http://www.cuadernodemarketing.com>. Rock, Barça & Books lover ;)

**Marc Santandreu**, Llicenciat en Administració i Direcció d'Empreses (UB) i en Periodisme (UPF) viu immers en l'ecosistema emprenedor i en l'innovació durant els últims sis anys. El 2014 va fundar *Tekstum*, *start-up* focalitzada en el sector del llibre que ofereix algoritmes i solucions basades en tecnologia *big data* i intel·ligència artificial per optimitzar els processos de recomanació lectora. Anteriorment, va treballar per l'editorial nord-americana *Author Solutions*, en mitjans de comunicació com *Bloomberg News* o TV3, i en l'àmbit financer a Caixa Penedès. Actualment coordina el programa d'emprenedoria Explorer del Banc Santander a la Universitat de Barcelona, tutoritzant a 21 projectes de joves universitaris. També realitza consultoria d'innovació per a grans corporacions i imparteix formacions en diverses universitats catalanes i al Gremi d'Editors de Catalunya.

**Eudald Aymerich**, periodista especialitzat en comunicació corporativa i fundador de sprai.

**Toni Arrebola**, tècnic especialista en noves tecnologies i fundador de sprai.

### **Preus:**

- **Import associat:** 150 euros (Bonificable a càrrec dels crèdits de formació de l'empresa)
- **Import no associat:** 180 euros (Bonificable a càrrec dels crèdits de formació de l'empresa)

[Inscriu-te](#)