

## Ficha del libro



# BRANDING UNIVERSITARIO

## Marcando la diferencia

**Autor/es:** Miguel Carmelo y Sergio Calvo

**Formato:** 17 x 24 cm.

**Edición:** 1ª Edición

**ISBN:** 978-84-92453-88-7

**Encuadernación:** Rústica

**Nº Páginas:** 188

**Precio:** 16,00 €

### Descripción

En las mejores compañías del mundo, el marketing va mucho más allá de la publicidad y la promoción. Su fin último es crear marcas fuertes y duraderas. El uso original de esta forma de entender el marketing se encuentra en los llamados productos de gran consumo, donde se implantó, sobre todo tras la segunda guerra mundial, para favorecer el acceso de millones de ciudadanos a un mayor número bienes. Ahora, en los albores del siglo XXI, este liderazgo de marketing se ha trasladado al segmento de los servicios. Este libro habla de cómo adaptar las herramientas de marketing a la universidad, ya que éste es uno de los casos más apasionantes del marketing de servicios actual, utilizando el caso de la educación superior como un ejemplo cuyas formas y modos son susceptibles de aplicarse a casi cualquier otro servicio.

### Contenido

Capítulo 1. La necesidad de un Marketing Universitario  
Capítulo 2. Carreteras secundarias: de la educación a la universidad  
Capítulo 3. Estrategias de competitividad: en busca del equilibrio  
Capítulo 4. Hacia un marketing universitario: de la creatividad a la innovación  
Capítulo 5. La gestión de la marca: del "Marketing-mix" al "Marcating-mix"  
Capítulo 6. A modo de conclusión: si es que se puede concluir