

23 Marzo 2010 · Publicaciones



Marketing y Videojuegos – José Martí Parreño



El uso de los videojuegos en las comunicaciones de marketing de las organizaciones es una tendencia que se ha ido consolidando en los últimos años. La saturación publicitaria en otros medios, la pérdida de la eficacia de las herramientas tradicionales y las nuevas posibilidades que ofrece este género interactivo de entretenimiento ha provocado que cada vez más organizaciones se muestren interesadas por este tipo de comunicaciones a través de videojuegos. Este libro

analiza los principales objetivos de marketing que se pueden alcanzar mediante el product placement, el in-game advertising o el advergaming. Analiza los principales factores a tener en cuenta a la hora de desarrollar este tipo de comunicaciones de marketing (desde factores de diseño a factores individuales) y presenta un marco de trabajo para evaluar los resultados obtenidos.

Partiendo de un sólido marco teórico se ofrece una completa visión de los videojuegos (géneros, características, tipologías de videojugadores), las herramientas para alcanzar los diferentes objetivos de marketing. El lector profesional encontrará numerosos casos de estudio y ejemplos prácticos de los diferentes temas analizados a lo largo del libro. El lector académico encontrará un estudio de la cuestión que presenta los principales líneas de investigación desarrolladas hasta el momento y que plantea prometedoras cuestiones de investigación.

Autor: José Martí Parreño
Título: "Marketing y Videojuegos"
Editorial: **ESIC**
Precio: 19,00 €

Comparte

0 retweets

Marketing Directo

Aprende a comunicarte de forma más eficaz con tus clientes.

Reparto y Buzoneo

en Valencia, Castellón y Alicante. Optimice sus campañas de publicidad

Anuncios Google

Noticias relacionadas

- No hay noticias relacionadas

Reacciones en Twitter

ninguna reacción de momento.

¡Comenta esta noticia!

Escribe tu Comentario debajo o haz un [trackback](#) desde tu web.

Nombre (*)

Mail (no se muestra) (*)

Web (opcional)

Comentario

Enviar comentario »

Marketing Directo Interactivo

Aprende a comunicarte de forma más eficaz con tus clientes.

www.icemd.com

Marco de Comunicacion

La agencia más premiada del año Oficinas en Barcelona y Madrid

www.marcodecomunicacion.com

Spots y Video Contenidos

Creamos, producimos y distribuimos Spots y Vídeo para Internet y móvil

www.take-ad-way.com

Anuncios Google

PUBLICIDAD



MARKETINGDIRECTO TV



Rueda de Prensa AGEMDI, cambio a Asociación Agencias Digitales

GALERÍA



TWITTER LIVE CHAT

ACTUALIZAR



ohh que pena lo prefería en cuatro, podemos!!
RT @MkDirecto: Telecino compra ocho partidos del Mundial de Sudáfrica... <http://bit.ly/9N0Z0r> · hace 23 minutos por claratache



RT @MkDirecto: ESPN aprovecha el mundial para medir las audiencias... <http://bit.ly/cZd5wP> · hace una hora por galandetuiter



Difícil reacció davant un atac tant fort de Greenpeace RT @MkDirecto Aluvió de críticas contra Nestlé en Facebook - <http://bit.ly/b2KLkb> · hace 2 horas por llorensarnau



RT @jzabalo: La revista "GQ" y Calvin Klein lanzan una campaña de realidad aumentada... <http://bit.ly/cMyrML> (via @MkDirecto) · hace 2 horas por oyerista



La revista "GQ" y Calvin Klein lanzan una campaña de realidad aumentada... <http://bit.ly/cMyrML> (via @MkDirecto) · hace 2 horas por jzabalo



RT @MkDirecto Coca-Cola: "La marca no debe abrir sus propios bares sino anunciarse en los mejores" - <http://bit.ly/dggrxp> #redessociales · hace 2 horas por 1clickteam

Síguenos en Twitter, ¡ya somos 2,755 seguidores!

NOTICIAS

LO ÚLTIMO + VISTO + COMENTADO

16:20 Medios: ESPN aprovecha el mundial para medir las audiencias

15:13 Anunciantes: La revista "GQ" y Calvin Klein lanzan una campaña de realidad aumentada

14:31 Medios: Bertelsmann finaliza 2009 sin pérdidas, aunque reduce su margen de beneficio

14:03 Marketing Directo: Wunderman: "Los premios Imán estaban algo desgastados"

12:38 Anunciantes: Maria Sharapova diseña gafas y relojes para Tag Heuer