

Marketing Hero: Las herramientas comerciales de los videojuegos

Juan Carrillo Marqueta y Ana Sebastián Morillas

Tags: [marketing hero](#) | [publicidad](#) | [advergaming](#) | [videojuegos](#) |

Valoración 0 votos

Enviar

Comentar

Imprimir

PDF

Compartir

Facebook

Twitter

Meneame

Delicious

Technorati

PUBLICIDAD

Anuncios Google

[Posgrado Marketing Digital](#)

Posgrado en Marketing Online de Online Business School.
onlinebschool.es/Marketing_online

[Master Digital Marketing](#)

Master online en inglés. Programa flexible e innovador
www.IE.edu/business

[marketing promocional](#)

Marketing sensorial y olfativo ¡Un olor nunca se olvida!
www.akewuele.com

[Análisis De Sitios Web](#)

Calcula Tu ROI Y Las Conversiones Con Google Analytics. Gratis!
www.Google.es/Analytics

[Cursos de Marketing](#)

Cursos, Master Marketing y Ventas. Buscador Especializado. Infórmate!
www.CursosComercialVentas.com

2010-09-02 por Redacción

La industria de los videojuegos conoce historias de esplendrosos éxitos y terribles fracasos. Detrás de unos y otros se esconden decisiones empresariales y herramientas comerciales que hubieran tenido distintas consecuencias en cualquier otro sector.

Marketing Hero desvela de manera clara y práctica las características del mercado de los videojuegos, tanto internacional como español. Para ello, cuenta con la participación de los directores y responsables de marketing y comunicación de las principales compañías nacionales (Sony, Microsoft, Nintendo, Electronic Arts, Ubisoft, Activision o FX Interactive, entre otras).

A través de los datos más recientes, los últimos estudios y ejemplos prácticos espectaculares se exponen y analizan las estrategias comerciales más destacadas de los protagonistas de la industria del videojuego durante las últimas tres décadas.

La rapidez con la que cambia este mercado exige al profesional del marketing conocer las tendencias que parecen ofrecer más garantías de futuro ante un presente incierto. Conceptos como free to play, publicidad ingame, serious games o videojuegos en la nube son sólo algunas de las claves que marcarán el rumbo de la mayor industria del entretenimiento mundial en los próximos meses.

Autores: Juan Carrillo Marqueta; Ana Sebastián Morillas; Sonia Carcelén García; Manuel González Hernández; Daniel Muñoz Sastre; Teresa Pintado Blanco; Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín; Joaquín Sánchez Herrera.

ISBN: 9788473566957

Nº de págs.:313

Precio: 25 €



11

Me gusta

Contenidos: [Anterior](#) [Siguiente](#)

Noticias Relacionadas

[Postpublicidad: Un libro de publicidad con prólogo que no está en el libro. Estuvo en El Sol](#)

Comentarios



03-09-2010 Por Redacción

Si te ha gustado este artículo y quieres expresar o compartir tu opinión, puedes participar añadiendo tu propio comentario.



añade tu comentario

Publicidad con denominación de origen de la comunidad valenciana

Marketing internacional para la expansión de la empresa

Marketing con visión de futuro. Alcanzar y mantener el éxito de la empresa

Marketing y videojuegos de ESIC Editorial

IAB Span publica el Libro Blanco "El panorama interactivo de los grupos de prensa y revistas en España"

Sé InnovadoRH. Utiliza las claves del marketing para potenciar la gestión de personas

Manual de publicidad: una visión completa y experimentada del trabajo publicitario

"No me compres". 40 claves para vender tu marca en redes sociales

Claves para Innovar en Marketing y Ventas



- Nº 1 en detección de malware*
- Más rápida que nunca
- Más fácil de usar

*ComputerBild, DE, 18-22, 17/08/09-10/10/09



Canales

Comunicación
Conceptos del Marketing

Marketing

Marketing Digital
Medios

Quiénes somos

Contacto
Publicidad

Facebook

Twitter
RSS

Recursos

Diccionario Marketing