



Realidad y posibilidades del marketing en los museos de España

Rafael Martínez-Vilanova Martínez

Colección: **Biblioteconomía y**

Administración Cultural

Materias: **Biblioteconomía, Museología y**

patrimonio cultural, Gestión y administración cultural

Edición en papel

Formato: 17 x 24

Páginas: 296

Peso: 0.58

ISBN: 978-84-9704-994-8

Año: 2017

30,00€

Realidad y posibilidades del marketing en los museos en España es una obra enfocada a los profesionales que deben gestionar estas instituciones, sean públicas o privadas, tanto conservadores como gerentes o directores de marketing, así como a estudiantes que deseen iniciarse en estas cuestiones.

La obra está dividida en cuatro partes. En la primera, el autor realiza un recorrido histórico por los museos desde su aparición hasta nuestros días, lo que le servirá como base para el desarrollo del resto.

La segunda parte trata de los conceptos del marketing estratégico aplicado a instituciones museísticas y se dan una serie de recomendaciones para su puesta en marcha en un museo.

La tercera parte está dedicada al marketing operativo y en ella se enumeran una serie de principios y el material necesario para su aplicación dentro de una institución museística.

La cuarta parte contiene el trabajo de campo que llevó al autor a comprender la realidad de la aplicación del marketing en los museos en España. Se muestran las conclusiones obtenidas y los puntos fuertes y débiles de nuestros museos en cuanto a estrategia y

comercialización.

Rafael Martínez-Vilanova Martínez es licenciado en Ciencias Físicas y doctor por la Universidad de Valencia. Comenzó su carrera profesional como profesor de la Universidad Politécnica de Valencia, pero a los pocos años cambiaría su actividad para trabajar como directivo de diferentes empresas en la dirección comercial y el marketing. Tras este periodo, desde hace unos veinte años, dedicó su actividad a la consultoría en las áreas del marketing y la comunicación, habiendo asesorado a un gran número de empresas e instituciones. Posee una docena de libros publicados en las citadas materias y es profesor en la escuela de negocio esic, considerada como una de las más importantes de España y especializada en marketing.