



Cooperativismo: modelos de acciones competitivas aplicados a la industria editorial

Se analizarán los diferentes modelos de toma de decisión y acciones competitivas, haciendo énfasis en el cooperativismo y su aplicación en industrias culturales, dado sus características propias. Se describirá la tensión entre el polo cultural y comercial de las mismas, caracterizando en la industria editorial y mostrando algunos estudios de caso.

Conclusiones

Las características de la industria editorial dificultan algunos modelos tradicionales de gestión pero pueden encontrar en el cooperativismo un modelo actual, social y al mismo tiempo competitivo.

DISERTANTE/S

Lic. Alejandro Carabajal

- Contador y Lic. en Administración FCE – UBA.
- Cursó en 1º cohorte de la Maestría en Finanzas en UBA. (solo falta el TFM).
- Aux. de Prácticos de Comercialización en UBA.
- Profesor de Marketing 1, Marketing 2 y Marketing de Servicios en la UB.