Branding

El arte de marcar corazones

Autor

Ricardo Hoyos Ballesteros

Sinopsis

La marca (brand, en inglés) de un bien o servicio es un activo clave de la empresa para generar ganancias y generar impacto en el mercado. A través de su presencia en la publicidad esta tiene la capacidad de generar en los consumidores estímulos racionales, sensoriales y emocionales para permanecer por largo tiempo en su lista de preferencias de consumo. La construcción, planeación y gerencia de este activo en beneficio de los objetivos de la empresa se conoce como Branding. Este libro llena un vacío en la literatura sobe marketing y publicidad pues reúne los principales aportes conceptuales sobre la marca y su uso en el mundo empresarial. Branding: el arte de marcar corazones hace un recorrido teórico y práctico por las generalidades de esta rama del marketing (tipos de marca, componentes, asignación de nombres, protección legal y la marca como activo) y por las estrategias de gerencia de marca a partir de ejemplos de marcas colombianas y extranjeras exitosas.Estudiantes de pregrado y posgrado de Marketing, Publicidad, Diseño gráfico, Diseño industrial y Administración de Empresas encontrarán aquí una completa fuente de recursos sobre marcas y publicidad. El libro incluye contenido especial en forma de realidad aumentada que los lectores podrán disfrutar.



Impreso

Año de publicación: 2015

Presentación: Libro de tacto blando (Libro)

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 176 Páginas

Número de páginas previas al contenido principal: 22 Páginas

Número de páginas del contenido principal: 132 Páginas

Número de páginas posteriores al contenido principal: 22 Páginas

ISBN13: 9789587713060

$58.000 COP

RH

Sobre el autor

Ricardo Hoyos Ballesteros

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

E-Book

Año de publicación: 2015

Presentación: PDF (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 178 Páginas

ISBN13: 9789587712995

$29.900 COP

E-Book

Año de publicación: 2015

Presentación: EPUB (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 176 Páginas

ISBN13: 9789585080270

$29.900 COP



Palabras clave

Branding; Marca; Marketing; Publicidad; Gerencia de marca; Empresa; Consumidores; Estrategias; Gestión de marca

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen