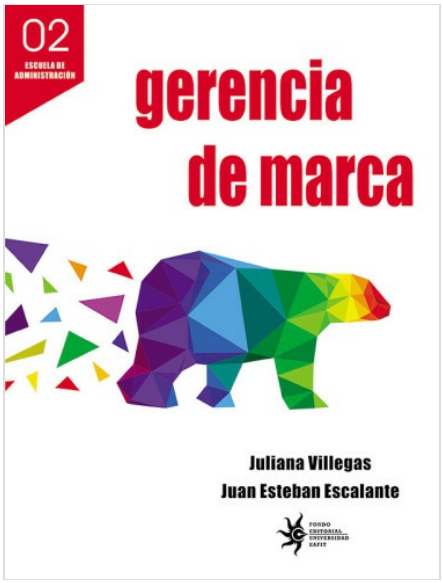
Gerencia de marca

Autores

Juliana Villegas, Juan Esteban Escalante

Sinopsis

Gerencia de marca: un enfoque estratégico está dirigido a los cursos de Gerencia de Marca y otros programas afines en pregrado, posgrado y educación continua. Adicionalmente, se orienta a profesionales y directivos de las áreas de Mercadeo, Trade Marketing y Ventas de empresas de diferentes sectores económicos. Está integrado por cinco capítulos, cuya presentación sigue el orden propio de un plan de marca. Cada uno de estos da cuenta del papel que juega en el hilo conductor del texto y despliega, además, un mapa mental, que ilustra su estructura, relación y jerarquía temática, facilitando así la comprensión por parte del lector. En cada capítulo se identifican los objetivos y capacidades que se van a desarrollar y, tras la introducción y descripción de la relevancia del tema, se adentra en el estudio de los conceptos teóricos pertinentes, acompañados de ejemplos, casos reales de organizaciones nacionales e internacionales provenientes de múltiples industrias. Con el ánimo de sintetizar los elementos claves de cada capítulo, se construye un resumen y, por último, se plantean actividades de discusión y consulta, las cuales permiten al lector poner en práctica los conceptos tratados y profundizar en ellos a través del análisis de casos propios del contexto empresarial.



Impreso

Año de publicación: 2016

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 27 x 21 cm

Número absoluto de páginas: 122 Páginas

ISBN13: 9789587203837

$30.000 COP

JV

Sobre el autor

Juliana Villegas

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



Juan Esteban Escalante

E-Book

Año de publicación: 2017

Presentación: EPUB (Digital: descarga)

Tamaño: 2243384 Bytes

Número de páginas de la versión impresa: 122 Páginas

Número de páginas con contenido: 122 Páginas

ISBN13: 9789587203844

$20 BRL

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