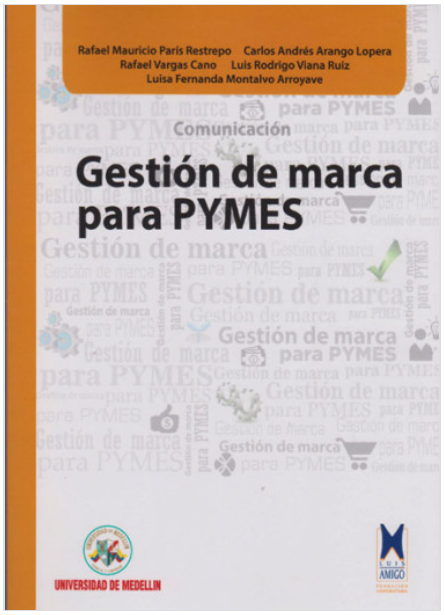
Gestión de marca para PYMES

Autor

Rafael Mauricio Paris Restrepo

Sinopsis

Gestión de marca para PYMES se orienta a la gestión de la comunicación yallogro de los objetivos comunicacionales propuestos por su empresa. Se presenta en dos capítulos básicos: el primero contiene la memoria metodológica de la investigación que originó este texto y el segundo capítulo define la marca como la serie de percepciones que genera una empresa, permitiéndole identificarse y diferenciarse por los valores que promueve y por la creación de vínculos con su público y sus consumidores, además de destacar el branding como la gestión adecuada de la marca en la construcción de relaciones rentables con los públicos de interés. La propuesta proviene de una investigación que describe datos específicos de la gestión de marca de las empresas en Medellín. La interpretación de estos datos permitió la elaboración de un diagnóstico, y por consiguiente, la sugerencia de acciones efectivas para el mejoramiento sostenido de la marca de su empresa. Se escogió como objeto de la investigación, dos clusters que son importantes para Medellín: "Textil/Confección Diseño y Moda" y "Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones" El libro indica unos pasos para orientar la gestión, dirigida a los intercambios entre la marca y los consumidores para lograr la comunicación coherente entre percepciones, sentidos y experiencias; establece los parámetros que debe tener un plan de medios enfocado a la construcción sólida de marca; traza una ruta para hacer que su marca actúe en el contexto internacional y, finalmente, plantea algunos errores que se pueden cometer en la gestión de marca y se indica cómo combatirlos para que aprendiendo de experiencias de otros se ahorre tiempo y dinero en la ejecución de estrategias comunicativas.



Impreso

Año de publicación: 2015

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 25 x 18 cm

Número absoluto de páginas: 88 Páginas

ISBN13: 9789588922171

$24.000 COP

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

La marca propicia la innovación organizacional, ya que esta se desarrolla de forma emotiva en la mente del cliente interno y externo, se edifica por la suma de los símbolos e impacta cuando estos símbolos se relacionan con los valores que la organización promueve.



Sobre el autor

Rafael Mauricio Paris Restrepo

E-Book

Año de publicación: 2018

Presentación: EPUB (Digital: descarga)

Tamaño: 1202581 Bytes

Número de páginas de la versión impresa: 88 Páginas

Número de páginas con contenido: 88 Páginas

ISBN13: 9789588922188

$25 BRL

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