Guía para diseñar una marca

Autor
Blanca Nive Flórez Calderón



Sinopsis

Para crecer en los nuevos mercados se deben emplear estrategias competitivas y para ello es necesario contar con una excelente marca, cuyo valor está implícito en todas las actividades de información, posicionamiento y reconocimiento del producto o empresa que representa. La marca cumple un papel fundamental de identificación en los actuales medios de comunicación, tanto personales como públicos por que es una identificación que ayuda a reconocer los valores de la empresa o producto., como se ha denominado este libro, se constituye en una orientación clara y sencilla tanto para estudiantes como profesionales que incursionan en el diseño de marca o que desean optimizar su proceso creativo.Esta guía presenta un panorama social, económico e industrial que da origen a la creación de marcas. Se reflexiona sobre que es marca desde el contexto histórico-cultural y a partir de los diferentes conceptos asociados al término, articulando diferentes teorías que definen diversas acciones e implicaciones de los Términos Diseño Gráfico y marca. Posteriormente se hace un recorrido teórico por cada uno de los elementos gráficos del diseño de marca hasta presentar un modelo proyectual con pautas y pasos a seguir, ilustrado con ejemplos de marcas diseñadas con esta metodología.

Impreso

Presentación: Libro
Tamaño: 24 x 17 cm
Número absoluto de páginas: 297 Páginas
ISBN13: 9789588122953

$60.000 COP

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

Se pretende entonces, que el lector encuentre aquí un práctico manual que conceptualiza el proceso de construcción visual de marca, ayudándole a investigar y analizar las necesidades y cualidades de un proyecto de diseño de marca, a explorar su creatividad y tomar decisiones hábiles y acertadas que den como resultado un diseño de marca apropiado y memorable.self media como públicos por que es una identificación que ayuda a reconocer los valores de la empresa o producto., como se ha denominado este libro, se constituye en una orientación clara y sencilla tanto para estudiantes como profesionales que incursionan en el diseño de marca o que desean optimizar su proceso creativo.Esta guía presenta un panorama social, económico e industrial que da origen a la creación de marcas. Se reflexiona sobre que es marca desde el contexto histórico-cultural y a partir de los diferentes conceptos asociados al término, articulando diferentes teorías que definen diversas acciones e implicaciones de los Términos Diseño Gráfico y marca. Posteriormente se hace un recorrido teórico por cada uno de los elementos gráficos del diseño de marca hasta presentar un modelo proyectual con pautas y pasos a seguir, ilustrado con ejemplos de marcas diseñadas con esta metodología.Se pretende entonces, que el lector encuentre aquí un práctico manual que conceptualiza el proceso de construcción visual de marca, ayudándole a investigar y analizar las necesidades y cualidades de un proyecto de diseño de marca, a explorar su creatividad y tomar decisiones hábiles y acertadas que den como resultado un diseño de marca apropiado y memorable.mass media por que es una identificación que ayuda a reconocer los valores de la empresa o producto., como se ha denominado este libro, se constituye en una orientación clara y sencilla tanto para estudiantes como profesionales que incursionan en el diseño de marca o que desean optimizar su proceso creativo.Esta guía presenta un panorama social, económico e industrial que da origen a la creación de marcas. Se reflexiona sobre que es marca desde el contexto histórico-cultural y a partir de los diferentes conceptos asociados al término, articulando diferentes teorías que definen diversas acciones e implicaciones de los Términos Diseño Gráfico y marca. Posteriormente se hace un recorrido teórico por cada uno de los elementos gráficos del diseño de marca hasta presentar un modelo proyectual con pautas y pasos a seguir, ilustrado con ejemplos de marcas diseñadas con esta metodología.Se pretende entonces, que el lector encuentre aquí un práctico manual que conceptualiza el proceso de construcción visual de marca, ayudándole a investigar y analizar las necesidades y cualidades de un proyecto de diseño de marca, a explorar su creatividad y tomar decisiones hábiles

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

y acertadas que den como resultado un diseño de marca apropiado y memorable.Guía para diseñar una marca, como se ha denominado este libro, se constituye en una orientación clara y sencilla tanto para estudiantes como profesionales que incursionan en el diseño de marca o que desean optimizar su proceso creativo.Esta guía presenta un panorama social, económico e industrial que da origen a la creación de marcas. Se reflexiona sobre que es marca desde el contexto histórico-cultural y a partir de los diferentes conceptos asociados al término, articulando diferentes teorías que definen diversas acciones e implicaciones de los Términos Diseño Gráfico y marca. Posteriormente se hace un recorrido teórico por cada uno de los elementos gráficos del diseño de marca hasta presentar un modelo proyectual con pautas y pasos a seguir, ilustrado con ejemplos de marcas diseñadas con esta metodología.Se pretende entonces, que el lector encuentre aquí un práctico manual que conceptualiza el proceso de construcción visual de marca, ayudándole a investigar y analizar las necesidades y cualidades de un proyecto de diseño de marca, a explorar su creatividad y tomar decisiones hábiles y acertadas que den como resultado un diseño de marca apropiado y memorable.Esta guía presenta un panorama social, económico e industrial que da origen a la creación de marcas. Se reflexiona sobre que es marca desde el contexto histórico-cultural y a partir de los diferentes conceptos asociados al término, articulando diferentes teorías que definen diversas acciones e implicaciones de los Términos Diseño Gráfico y marca. Posteriormente se hace un recorrido teórico por cada uno de los elementos gráficos del diseño de marca hasta presentar un modelo proyectual con pautas y pasos a seguir, ilustrado con ejemplos de marcas diseñadas con esta metodología.Se pretende entonces, que el lector encuentre aquí un práctico manual que conceptualiza el proceso de construcción visual de marca, ayudándole a investigar y analizar las necesidades y cualidades de un proyecto de diseño de marca, a explorar su creatividad y tomar decisiones hábiles y acertadas que den como resultado un diseño de marca apropiado y memorable.Se pretende entonces, que el lector encuentre aquí un práctico manual que conceptualiza el proceso de construcción visual de marca, ayudándole a investigar y analizar las necesidades y cualidades de un proyecto de diseño de marca, a explorar su creatividad y tomar decisiones hábiles y acertadas que den como resultado un diseño de marca apropiado y memorable.

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

BF

Sobre el autor

Blanca Nive Flórez Calderón

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