Marcas, logos y distintivos. Segunda edición

Fenómenos particulares de las marcas

Autor
José Octavio Cuéllar Rodríguez

Sinopsis

El texto aborda el concepto de marca de identidad, con definiciones teóricas y prácticas; la tipología de marcas y distintivos. Desde la pragmática, se propone una clasificación en las dimensiones sintáctica y semántica, propias de la academia de diseño, la singularidad de las marcas y la exploración de las orientaciones del diseño, que incluyen las estrategias de comunicación. Se describe también la “guerra comercial” entre los anunciantes para posicionarse, lo que los coloca al límite de las reglamentaciones y regulaciones; igualmente nos habla de la hipermarca-hiperconsumo, desde la perspectiva del otro (el hiperconsumidor).



JC

Sobre el autor

José Octavio Cuéllar Rodríguez

Impreso

Año de publicación: 2022

Presentación: Libro

Tamaño: 23 x 17 x 2 cm

Número de páginas del contenido principal: 252 Páginas

ISBN13: 9786072826465

$410 MXN

Palabras clave

Diseño-marcas; Diseño-logos; Diseño-distintivos

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