

LOS SECRETOS DE LAS MARCAS



DE CÓRDOBA TRIGUEROS, FERNANDO

SINOPSIS

«Un libro muy documentado pero al mismo tiempo ameno, cuando no directamente descacharrante, como en algunas notas a pie de página», **Pepe Cruz Novillo Jr.**

«Este libro es tan bueno que, sin mostrar una sola imagen, sin mostrar una sola marca, las ves. Y no solo las ves, sino que las entiendes, te sonríes y te ríes, comprendes cómo funcionan por dentro y por fuera», **Oyer Corazón**

Descubre por qué las marcas son tan importantes e influyen nuestras vidas de las formas más variadas, y cómo consiguen que nos veamos (a nosotros mismos, a los demás y al mundo que nos rodea), actuemos y consumamos de una determinada manera.



Editorial	KAILAS
Materia	Ventas y marketing
Colección	Kailas No Ficción
EAN	9788418345418
Status	Disponible
Páginas	384
Tamaño	230x150x0 mm.
Precio (Imp. inc.)	19,90€

¿Cómo se crean?, ¿por qué las hay tan parecidas y tan diferentes?, ¿por qué nos identificamos con ellas?, ¿por qué mueren y, algunas, resucitan?, ¿quién decide sus nombres?, ¿cuándo se diseña el logo?

En *Los secretos de las marcas*, Fernando de Córdoba nos desvela los aspectos más relevantes que rodean el nacimiento y desarrollo de las marcas, y cómo estas pueden hacer que nos sintamos más creativos, mejor integrados en un grupo o que un refresco nos sepa especialmente bien. Porque una marca es mucho más que un logo: es todo un conjunto de asociaciones.

Queramos o no, nos guste o no, las marcas forman parte de nuestra cultura y de la sociedad, y guardan un montón de historias curiosas, anécdotas y significados ocultos. Son, en definitiva, el encuentro cautivador entre diseño, psicología, filosofía y economía.

...

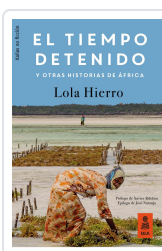
Títulos relacionados



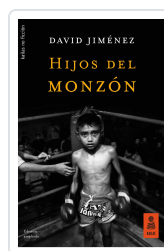
APRENDE INGLÉS
EN FAMILIA
LYLES, DEANNA



LOS DIARIOS DE
RAQQA: ESCAPAR
DEL ESTADO
ISLÁMICO
SAMER



EL TIEMPO
DETENIDO Y
OTRAS HISTORIAS
DE ÁFRICA
HIERRO SERRANO,
LOLA



HIJOS DEL
MONZÓN
JIMÉNEZ GARCÍA,
DAVID