LOS SECRETOS DE LAS MARCAS [9ª ED.]



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

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.

¿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



EVASIÓN DEL CAMPO 14 (5ª ED.)
HARDEN, BLAINE



LO QUE APRENDÍ EN CINCUENTA AÑOS (6ª ED.)
CALLE CAPILLA, RAMIRO



A FUEGO LENTO
LANDA APARICIO, ÁNGELA



LOS SECRETOS DE LA COMPRA
MARCH FERRER, LOURDES