Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título: Administración Estratégica de Marca

Autor:

Precio: $600.00

Editorial:

Año: 2008

Tema:

Edición: 3ª

Sinopsis

ISBN: 9789702612841

Este libro trata acerca de las marcas: por qué son importantes y qué representan para los consumidores. Ahora más que nunca se deben lanzar con habilidad los nuevos productos y administrar eficazmente las marcas existentes, a pesar de que las marcas pueden representar activos intangibles invaluables, crear y cultivar una marca fuerte supone desafíos considerables. Por fortuna, el concepto de valor capital de la marca, la pieza fundamental de este texto, ofrece un punto de vista valioso y un común denominador para interpretar los posibles efectos y las ventajas y desventajas de las diferentes estrategias y tácticas para sus marcas.