

1. Record Nr.	UNINA9910164079703321
Autore	Olins Wally
Titolo	Brand New : La esencia de las futuras marcas
Pubbl/distr/stampa	Lima : , : Editorial UPC, , 2015 ©2015
ISBN	612-4191-68-7
Descrizione fisica	1 online resource (157 pages)
Disciplina	658.827
Soggetti	Advertising Branding (Marketing) Business names Product management
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Intro -- Hoja de creditos -- Contenido -- Sobre el autor -- Presentacion -- Prologo -- Introduccion. Las marcas y el branding en el futuro -- Capitulo 1. La nueva autenticidad -- Capitulo 2. La confusion corporativa -- Capitulo 3. Lidiando con el nuevo Zeitgeist -- Capitulo 4. ¿Que representa la corporacion? -- Capitulo 5. La Gran Marca toma el control (o no) -- Capitulo 6. Nuevas marcas de todas partes -- Capitulo 7. Prosperidad nacional y creacion de la marca pais -- Capitulo 8. Marcas de lugar -- Epilogo. Algunas reflexiones -- Bibliografia seleccionada -- Creditos de las fotografias -- Agradecimientos -- Recientes publicaciones de Editorial UPC.
Sommario/riassunto	¿Cual es el futuro de las marcas y el branding? ¿La globalizacion implica que la variedad y la individualidad seran eliminadas por gigantes multinacionales? ¿Que hay sobre el impacto de la tecnologia digital y las redes sociales? Los negocios de hoy, ademas de pensar en precios y origen, tienen que lidiar con la responsabilidad social corporativa. ¿En que medida afecta esto los productos y servicios que consumimos? ¿Que es en realidad lo que quieren los clientes?. Brand New, este libro de Wally Olins reflexiona sobre todos los aspectos del branding mundial. Incisivo, estimulante y visionario, este analisis de nuestro mercado global de rapida evolucion proviene del guru descrito por The

Financial Times como el especialista mundial en branding e identidad.
Nadie interesado en branding, marketing, negocios o cultura
contemporanea querra perderselo.
