

El libro de las marcas

Olins, Wally

Editorial: Océano-Ambar

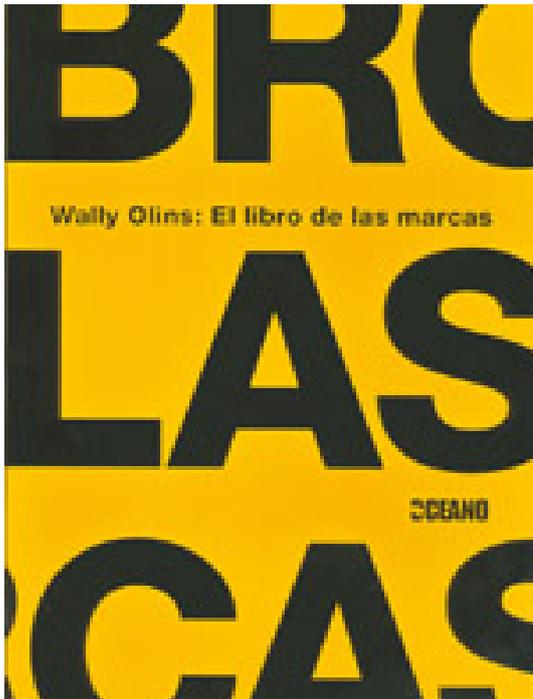
ISBN: 9788475565910

Páginas: 112

Dimensiones: 16,5 x 22 cm

Encuadernación: Rústica

PVP.: 15,90 €



SINOPSIS

A pesar de la omnipresencia de las marcas y el branding, y a pesar de lo mucho que se habla de ellos, es sorprendente la poca gente que comprende lo que son realmente. El tema es confuso y, al mismo tiempo, confunde. En parte porque el branding puede englobar cuestiones importantes, pero aparentemente triviales y superficiales.