

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título: Valoracion y Evaluacion de Marcas. Medir Para Crear Valor

Autor: Perez Castro Carlos

Precio: \$612.00

Editorial:

Año: 2008

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788423426751

POR MI EXPERIENCIA Y RESPONSABILIDADES EN MARKETING Y SOBRE LA GESTIÓN DE LA MARCA, HE LEÍDO MUCHO, HE ESCUCHADO TANTO O MÁS Y HE DISCUTIDO EN MÚLTIPLES OCASIONES CON PROFESIONALES Y EXPERTOS EN LA MATERIA. A MENUDO HE TENIDO LA SENSACIÓN DE QUE LA VALORACIÓN Y EVALUACIÓN DE MARCAS ERA ALGO FARRAGOSO, RELATIVAMENTE INTELIGIBLE Y, A VECES, ROZANDO LO POCO CREÍBLE. SI A TI TE HA OCURRIDO LO MISMO, NO PUEDO ASEGURARTE QUE EL LIBRO QUE AHORA TIENES ENTRE MANOS TE VAYA A RESOLVER TODAS LAS DUDAS E INQUIETUDES DE UN TIRÓN, PERO SÍ ME ATREVO A AFIRMAR QUE SERÁ LO MÁS CERCANO QUE PUEDES ENCONTRARTE A ELLO. POR FIN, UNA VISIÓN COMPLETA Y PRÁCTICA, PERO AMENA Y CLARA, SOBRE LA "VALORACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS MARCAS" QUE LOS PROFESIONALES, ESPECIALMENTE, ESPERÁBAMOS." ANGEL VILLASANTE GONZÁLEZ, DIRECTOR DE MARKETING, PUBLICIDAD Y MARCA DE REPSOL YPF. "LA PRESENTACIÓN CLARA Y CRÍTICA DE LOS DIFERENTES MÉTODOS DE VALORACIÓN DE LAS MARCAS EN FUNCIÓN DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN, HACEN DE ESTE LIBRO DE GABRIELA SALINAS Y CARLOS PÉREZ UNA EXCELENTE HERRAMIENTA DE CONSULTA TANTO PARA LOS PROFESIONALES QUE NOS DEDICAMOS A LA COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE MARCAS, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE MARKETING O FINANCIERO, COMO PARA TODOS AQUELLOS QUE NECESITAN LIBROS DE REFERENCIA EN EL MUNDO ACADÉMICO Y QUE GRACIAS A LOS EJEMPLOS PRÁCTICOS QUE VAN A ENCONTRAR EN ESTA OBRA, HALLARÁN UNA APROXIMACIÓN REAL DE LOS DIFERENTES USOS DEL VALOR DE LA MARCA EN LAS EMPRESAS. LO RECOMIENDO EN CUALQUIER BIBLIOTECA." XAVIER TORRAS, DIRECTOR DE MARCA Y COMUNICACIÓN, ROCA SANITARIO S.A. "ESTE LIBRO RECOGE LA INVESTIGACIÓN MÁS RIGUROSA Y COMPLETA QUE HE VISTO EN EL ÁREA DEL BRAND EQUITY, INCLUYENDO LA PERSPECTIVA DE LAS PRÁCTICAS APLICADAS EN ESPAÑA. CADA DÍA ES MÁS RELEVANTE EL DESARROLLO DE METODOLOGÍAS

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



CAPACES DE VALORAR LOS BENEFICIOS QUE LAS MARCAS APORTAN A LA INDUSTRIA, EN UN MERCADO CADA VEZ MÁS Y MÁS COMPLEJO." MÓNICA DEZA
CEO DE UNIVERSAL MCCAN.