Los secretos de las marcas

de Córdoba Trigueros, Fernando

KAILAS

Materia: ENSAYOS
Colección: NO FICCION
Encuadernación: RUSTICA
PVP: 19.90 €
EAN: 9788418345418
Páginas: 384
Tamaño: 150x230 mm.

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.

- Una guía de branding para gente que no sabe qué es el branding.
- Porque una marca es mucho más que un logo: es todo un conjunto de asociaciones.
- Fernando de Córdoba, más conocido como @gamusino, cuenta con un amplio número de seguidores en las redes sociales.

Sinopsis

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.

Fernando de Córdoba

Fernando de Córdoba (Madrid, 1987), más conocido en redes como @gamusino, iba para periodista pero al final no. Desde pequeño se fijaba en los cambios de color de los buzones, el logo de los cupones de la ONCE y recortaba los que encontraba en las revistas. Ahora lleva más de una década trabajando como estratega de contenidos, marca y narrativa para grandes y pequeñas empresas. Además, es profesor de Estrategia de Contenidos y Marca y colaborador en Radio Nacional. Ocasionalmente escribe su biografía en tercera persona para que parezca que lo ha hecho otro.

Puede realizar sus pedidos en la web o a través del correo electrónico pedidos@interleo.es