“El significado de la Marca” de Mark Batey

BrandSmith colabora en la edición en castellano

Se acaba de publicar la edición en castellano del libro del británico Mark Batey, "El significado de la marca", que ha contado con la colaboración de BrandSmith para su traducción.

Licenciado en Ciencias del Lenguaje por la Universidad de Oxford, Mark Batey arroja una mirada global a la manera en que los consumidores encuentran y crean significado en las marcas. Asimismo, inspecciona los elementos conscientes e inconscientes que las conectan con los productos; cuestiona los conceptos tradicionales del marketing y propone un nuevo marco para el significado de marca. El libro recorre un terreno para comprender cómo las marcas pueden asimilar y proporcionar significado.

A lo largo de su carrera, Batey dirigió agencias de publicidad, además de trabajar en el Reino Unido, Europa Central, América latina y Estados Unidos. Entre sus clientes se encuentran Coca-Cola, Unilever, Nestlé y Mondelez (ex Kraft Foods).

Más información: <http://www.granicaeditor.com/item.asp?isbn=9789506417291>

Datos de contacto:

Maricruz Salvador Diez
Gestión y Comunicación
+34 678550684

Nota de prensa publicada en: [28043](#)

Categorías: [Marketing](#)