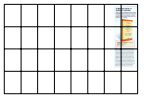
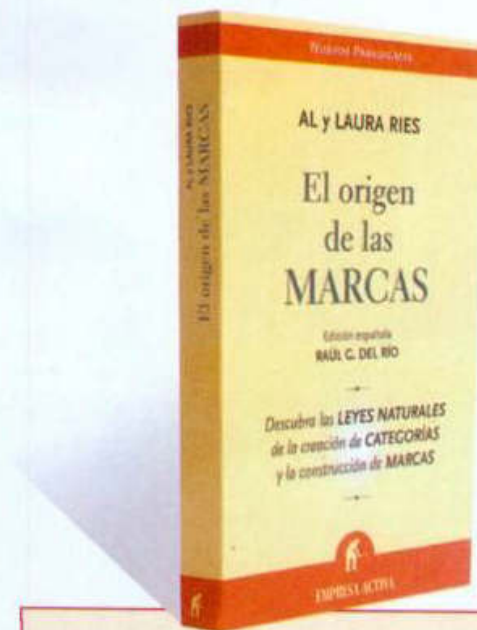
	Tirada: 95.092 Difusión: 67.152 (O.J.D) Audiencia: 235.032 (E.G.M)	Sección: - Espacio (Cm_2): 122 Ocupación (%): 22% Valor (Ptas.): 245.317 Valor (Euros): 1.474,38 Página: 107	
	Nacional Economía Mensual	01/08/2005	

Un libro para expertos en publicidad y marketing

¿Cuál es la fuerza o energía que da lugar al nacimiento de las marcas y de las nuevas categorías de productos? Esta es la pregunta a la que responden, en el libro *El origen de las marcas*, sus dos autores, Al y Laura Ries.



El origen de las marcas. Al y Laura Ries
 Editorial Empresa Activa
 PVP: 13,5 euros

Cada vez es más frecuente la aparición de categorías en los productos. Este es el resultado de la actual tendencia a la especialización. Ya no hay leche a secas, está la leche enriquecida, con calcio, para el colesterol, de soja, etcétera. Ante esta realidad debe cuidarse el valor de la imagen del producto. A su vez, el cambio constante genera continuas oportunidades para desarrollar nuevas marcas. Este libro supone una guía para aquellos expertos interesados en crearlas. A través de ejemplos y de sentido del humor, sus autores plasman la experiencia de años en el sector. Está dirigido tanto a profesionales del marketing como a empresarios o directivos.