

## INDICE

¿Qué es Smart?	V
Prefacio	VII
Introducción	1
1. La marca	15
2. Origen e imagen de la marca	33
3. Beneficios de una marca	67
4. Cómo construir una marca	93
5. Influencia de la marca	135
6. Extensiones de marca	163
7. Cómo proteger una marca	179
8. Gerencia de marca	197
9. Marcas privadas	213
Conclusión	227
Índice	247