

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 |