

Índice

Crear marcas sin utilizar medios de comunicación masivos	1
ERICH JOACHIMSTHALER Y DAVID A. AAKER	
Marcas y producto blanco	
<i>Luchando para ganar</i>	27
JOHN A. QUELCH Y DAVID HARDING	
¿Cómo desarrollar una marca de elite?	59
REGINA FAZIO MARUCA	
¿Debe la empresa llevar su marca adonde se desarrolla la acción?	91
DAVID A. AAKER	
Ampliar el beneficio, no la línea de producto	121
JOHN A. QUELCH Y DAVID KENNY	
La lógica de las extensiones de la línea de producto	147
OPINIONES DE LOS EDITORES	
¿Es posible salvar esta marca?	171
REGINA FAZIO MARUCA	
La mejor estrategia para su marca	197
VIJAY VISHWANATH Y JONATHAN MARK	
Los autores	219
Índice alfabético	223