

## INDICE

<b>Capitulo 1</b>	
¿Qué es un logotipo?	14
<b>IBM</b>	16
Bienvenido a su casa <b>Grupo de Hoteles Savoy</b>	18
Por derecho <b>International Lawyers Committee</b>	22
Exagerar la imagen <b>Oxygen</b>	28
En busca de la ciencia <b>Techniquest</b>	32
Comida a todo gas <b>Cearns &amp; Brown</b>	38
<b>Capitulo 2</b>	
¿Qué es una identidad corporativa?	46
<b>Philips</b>	48
Salvar distancias <b>Programa Core del Aeropuerto Internacional de Hong Kong</b>	50
Marcar el ritmo <b>Ballet-Tech</b>	56
El diseño que surgió del desastre <b>Aeropuerto de Dusseldorf</b>	62
Los placeres del vino <b>Vinopolis</b>	68
<b>Capitulo 3</b>	
¿Que es una marca?	74
<b>Coca-cola</b>	76
Protagonista Starck <b>OA0</b>	78
Comida con color <b>Bird's Eye</b>	84
Encontrar a un buen amigo <b>Fleur &amp; Camarade</b>	92
<b>Capitulo 4</b>	
¿Qué son la cultura corporativa y la cultura de marca?	98
<b>Nike</b>	100
Recursos invisibles <b>Línea Directa</b>	102
Paseando al mejor amigo del hombre <b>Klockner &amp; Co.</b>	110
Sube la temperatura <b>Lec</b>	120
Una buena lección <b>Esprit Europe</b>	132
Volar hasta el ultimo rincón del planeta <b>British Airways</b>	140
Conclusión: los cuatro elementos clave	152
<b>Orange</b>	154
Bibliografía	157
Lista de diseñadores y clientes	158