

# Comercialización y Ventas I

Marca corporativa



---

---

---

---

---

---

---

---

## La marca



Es la huella de una ausencia



---

---

---

---

---

---

---

---

## Definición de Marca

Una marca es un nombre, termino, señal, símbolo o diseño que busca identificar los productos de una empresa y diferenciarlos de la competencia



---

---

---

---

---

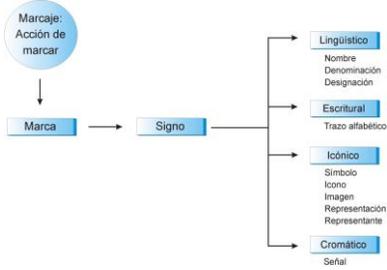
---

---

---

# Sistema semiótico de la Marca

Joan Costa propone:



Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 4

---

---

---

---

---

---

---

---

# Inserción social de la marca

Norberto Chaves, distingue tres estadios de inserción:



Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 5

---

---

---

---

---

---

---

---

# Funciones de la marca

1. Punto de referencia
2. Simplificación de la elección
3. Garantía
4. Personalización
5. Generación de placer

Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 6

---

---

---

---

---

---

---

---

## Estrategia de Marca

1. Monolítica



1. Multimarca



3. Marca respaldada



Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 7

---

---

---

---

---

---

---

---

## Estrategias de fusión de marca

Fusión estratégica



Fusión táctica



Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 8

---

---

---

---

---

---

---

---

## Bibliografía

Chaves, Norberto (). La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos () Paidós.

Costa, Joan (2004). La imagen de marca. Un fenómeno social (1° ed.) Paidós.

Lambin, Jean Jacques (2009). Dirección de Marketing. Gestión Estratégica y Operativa del Mercado (2da ed.) Mc Graw Hill. Capítulo 12.



Comercialización I  
Aprendizajeactivo.com.ar 9

---

---

---

---

---

---

---

---