

Del autor de *Neuromarketing: fusión perfecta*

ROBERTO M. ÁLVAREZ DEL BLANCO

BELLEZA, NEUROCIENCIA Y MARKETING



EL VALOR DE LA
ESTÉTICA EN LAS
EXPERIENCIAS
Y EN LAS EMOCIONES

ALMUZARA

Belleza, neurociencia y marketing

*Valor de la estética en
las experiencias y en las emociones*

Con abundantes casos prácticos y fascinantes argumentos intelectuales, este elegante manual trata aspectos económicos de la belleza, su valor y su efecto en productos, las marcas y su impacto en el mercado. Leerlo es un verdadero placer. Incuestionablemente, es uno de los mejores libros escrito sobre el tema. «Tanto las relaciones humanas como las marcas son afectadas por la belleza percibida; un conocimiento detallado de ellas influye en la capacidad de gestionar ambas. Este magnífico libro suministra una profunda perspectiva sobre la belleza que lo seducirá en numerosas ocasiones, y lo sorprenderá a distintos niveles». Jennifer Aaker, profesora de marketing de la Universidad de Stanford.

La belleza es un placer básico, es un estado de la felicidad. Nos imbuimos de los sueños que provoca y nos saturamos de emociones. En cierta forma, es un escape de la realidad, a la que reinterpretemos y transformamos. La beldad constituye un componente universal de la experiencia humana que produce placer, atrapa la atención y genera comportamientos que contribuyen a asegurar la supervivencia genética. La beldad impone necesariamente su presencia en nosotros y, más que una resolución, lo que logra es abrir nuestra imaginación.

La belleza atrae, fascina, entusiasma, enamora, inspira y seduce. Es un misterio de la vida y es en la mente donde se manifiesta el reconocimiento de la perfección estética. Una de las formas en que la vida se perpetúa es a través de la belleza, y la pasión por ella está arraigada profundamente en nuestra biología. Hay algo en nuestro amor por la belleza que es heroico, esperanzador y humano. Es un placer disfrutarla, así como una necesidad ponerla en un pedestal y reverenciarla.

«En este libro, el Profesor Álvarez del Blanco nos proporciona un nuevo y provocador análisis del significado de la belleza. Va más allá de la concepción clásica de la beldad como característica artística, para demostrar que la belleza es un activo de productos y marcas que puede robustecer el valor en el mercado». Russ Winer, profesor de marketing en William H. Joyce, Stern

» Roberto M. Álvarez del Blanco

EMPRESA Y NEGOCIOS • Economía y Empresa • Editorial Almuzara

Es una de las principales autoridades internacionales en marketing y estrategia de marca. Ha sido profesor del IE Business School, profesor visitante en la Haas School of Business de la Universidad de California, Berkeley y, recientemente, en la Stern School of Business de la Universidad de Nueva York, y en la Rockefeller University de Nueva York. En doce ocasiones ha sido reconocido por su excelencia académica y galardonado con tres reconocimientos internacionales por su contribución a la investigación y a la difusión de la disciplina científica de marketing. Ha publicado más de 150 artículos en revistas especializadas y 13 libros de marketing traducidos a varios idiomas, entre los que destacan los best sellers *Tú, Marca personal* y *Neuromarketing: fusión perfecta*. Su formación incluye un Executive Program en la Universidad de Harvard, Postdoctoral Fellow in Business Administration en la Universidad de California, Berkeley, el Doctorado en Ciencias Económicas en la Universidad de Barcelona, MBA en ESADE Business School, y la Licenciatura en Administración en la Universidad de Buenos Aires. Ha sido columnista y colaborador en diversos periódicos de economía y empresa y su trabajo se ha presentado en variedad de medios, incluyendo *Financial Times*, *The Wall Street Journal*, *Harvard Business Review*, *Expansión*, *Cinco Días*, así como en la CNN, RTVE, Televisa, RNE, entre otros. Colaborador académico y científico del World Economic Forum, ha sido presidente de MarketLink* & Partners, fundador y presidente ejecutivo de Pórtico de Mar, S. A. y coordinador de promoción de la Oficina Olímpica Barcelona '92 para los Juegos de Verano de la XXV Olimpiada.

Trabaja como consultor para marcas de grandes compañías nacionales e internacionales y de organismos públicos. Está en la red social en www.theneuromarketer.com

Vive con su familia en Contra Costa County, bahía de San Francisco, California.



9788418757853

Thema: KJSM

978-84-18757-85-3

304 páginas, ilustrado

Rústica con solapas

17 x 24 x 2.2 cm · 474 g

PVP: 27.95 €