

Una marca si caratterizza di solito per la sua capacità di combinare in maniera coerente degli elementi estremamente differenti: immagini, video, loghi, slogan, design, packaging, eventi, luoghi, ecc. Il suo scopo è attribuire a se stessa o a un particolare prodotto o servizio una specifica identità. Pertanto, possiede delle dimensioni di tipo materiale, come ad esempio i punti vendita, ma anche di tipo immateriale, perché è dotata di una personalità e un carattere, esattamente come le persone. (...)

L'articolo:

<http://www.doppiozero.com/materiali/tempi-moderni/marca>

Sull'argomento:

<http://www.uibm.gov.it/index.php/marchi>

Informazione di base:

https://it.wikipedia.org/wiki/Marca_%28marketing%29

<https://en.wikipedia.org/wiki/Brand>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Marque_%28marketing%29

<https://es.wikipedia.org/wiki/Marca>

Futuro... presente:

http://www.fabiomanzione.it/index.php?option=com_content&view=article&id=9345:gamification-condizionarsi-giocando&catid=82:curiosare&Itemid=141