

## BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

### GARCÍA UCEDA MARIOLA LAS CLAVES DE LA PUBLICIDAD 5ª EDICIÓN: ESIC, 2000.

- Primer parcial:
  - Capítulo I.
  - Capítulo III
  - Capítulo IV
- Segundo parcial
  - Capítulo II
  - Capítulo V
  - Capítulo VIII
  - Capítulo IX
  - Capítulo XIV
- Capítulo VII
- Capítulo XIII
- Capítulo XIV
- Capítulo X
- Capítulo XI
- Capítulo XII
- Capítulo XIII

### GONZALEZ ET ALTER. MANUAL DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, 2ª EDICIÓN. ED.ESIC 1999

- Primer parcial:
  - Capítulo I.
  - Capítulo III
  - Capítulo VI
  - Capítulo VIII
  - Capítulo X
- Segundo parcial
  - Capítulo III
  - Capítulo IV
  - Capítulo V
  - Capítulo VI

### OTROS:

- Navarro Gutiérrez Carlos Creatividad publicitaria eficaz [Libro]. - [s.l.] : ESIC, 2007.
- Ortega Martínez Enrique; La dirección Publicitaria,. Ed. Esic 2ª Edición.
- Gonzalez Lobo Mª Angeles Curso de Publicidad [Libro]. - [s.l.] : Eresma, 1994.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Miguel Santasmases (1991) Marketing, conceptos y estrategias, Ed. Pirámide.
- Ries & Trout (1991) Posicionamiento McGraw-Hill
- Rivera et alter (2000), Conducta del Consumidor ESIC Editorial
- Lorenzo Iniesta (2004) Diccionario de Publicidad y Marketing. Gestión 2000
- Enrique Bigné, (2000) Temas de investigación de medios publicitarios. Ed. Esic.
- Martínez Selva, J.M. (2002), Marketing de Servicios Profesionales para la Pequeña y Mediana Empresa. Prentice Hall.
- Sáinz de Vicuña, J:M: (2006), El Plan de Marketing en la Práctica. Esic Editorial. 10ª edición.
- Johannis Henry La creación publicitaria desde la estrategia de marketing. [Libro]. - Bilbao. : Deusto., 1996.
- Dominguez y Hermo Métricas del Marketing [Libro]. - Madrid : ESIC, 2007.