

Bibliografía básica

La **bibliografía básica es imprescindible para el estudio de la asignatura**. Cuando se indica que no está disponible en el aula virtual, tendrás que obtenerla por otros medios: librería UNIR, biblioteca...

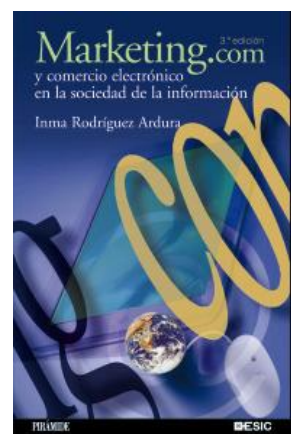
Rodríguez Ardura, I. (2002).

Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información.

Madrid: Pirámide.

ISBN: 978-84-368-2197-0

El libro **no** está disponible en el aula virtual.



Bibliografía complementaria

Alonso Rivas, J., y Grande Esteban, I. (2004). *Comportamiento del consumidor*. Madrid: Ed. ESIC.

Álvarez Hernando, J., y San José Cabezudo, R. (2012). *Comunicación digital eficaz y legal. Claves jurídicas y de marketing para la empresa del siglo XXI*. Valladolid: Ed. Lex Nova-Thomson Reuters.

Andeson, C. (2007). *La economía Long Tail*. Barcelona: Ed. Tendencias.

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2013). *15ª Encuesta AIMC a usuarios de Internet*. Estudios y Trabajos de AMIC. Disponible en: <http://download.aimc.es/aimc/4uT43Wk/macro2012.pdf> (consultado 25/06/2013).

Bravo Gil, R., y Pina Pérez, J. M. (2009). Las alianzas de marca *online-offline*. Una estrategia de entrada al mercado *offline*. *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Málaga*, 56-57, pp. 39-60. Disponible en: <http://externos.uma.es/cuadernos/pdfs/pdf689.pdf> (consultado el 20/06/2013).

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: the psychology of optimal experience*. Nueva York: Ed. Harper and Row.

Fleming, P., Alberdi Lang, M. J. (2000): *Hablemos del marketing interactivo: reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico*. Madrid: Ed. ESIC.

Gutiérrez Cillán, J. y Rodríguez Escudero, A.I. (1996). De nuevo la miopía en el *marketing*: las limitaciones de la orientación al consumidor. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 2(2), 39-60.

Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Nueva York: Ed. Anchor Books.

Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences*. Thousand Oaks: Ed. Sage Publications.

Kotler, P., y Singh, R. (1981). Marketing Warfare in the 1980's. *Journal of Business Strategy*, 1 (3), 30-41.

Kotler, P., Cámara, D., Grande, I. y Cruz, I. (2000). *Dirección de Marketing*. Madrid: Ed. Pearson Educación.

Kotler, P. (2010). *Marketing 3.0. From products to consumers to the human spirit*. Hoboken: Ed. John Wiley & Sons.

Merodio, J. (2011). *365 días (y noches) de Marketing 2.0*. Libro electrónico disponible en: www.juanmerodio.com (consultado el 18/06/2013).

Merodio, J. (2012). *Marketing en Redes Sociales*. Libro electrónico disponible en: www.juanmerodio.com.

Merodio, J. (2012). *365 días (y noches de Marketing 2.0)*. Ed. Juan Merodio. Disponible en: www.juanmerodio.com (consultado 25/06/2013).

Miles, R. E., y Snow, C. C. (1978). *Organizational Strategy, Structure and Processes*. Nueva York: McGraw-Hill.

Minc, A. (1982). La informatización de la sociedad. *Crítica & Utopía Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 7, (Telemática y Sociedad). Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar//ar/libros/critica/nro7/minc.pdf> (consultado 17/06/2013).

Morgan, R. M., y Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), 20-38.

Moore, G. A. (1990). *Crossing the Chasm*. Nueva York: Ed. Harper Collins.

Munuera Alemán, J. L., y Rodríguez Escudero, A. I. (2007). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: Ed. ESIC.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. Nueva York: Free Press.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. Nueva York: Ed. Free Press.

San Martín Gutiérrez, S., Hernández Carrión, C., y Valls Campà, Ll. (2009). El comercio electrónico B2C desde el punto de vista de las empresas. Comparación de dos contextos diferentes (España y Japón). *Ekonomiaz*, 71 (2), 234-268.

Santesmases Mestre, M. (2007). *Marketing. Conceptos y estrategias*. Madrid: Ed. Pirámide.

Santesmases Mestre, M., Merino Sanz, M. J., Sánchez Herrera, J., y Pintado Blanco, T. (2009). *Fundamentos de marketing*. Madrid: Ed. Pirámide.