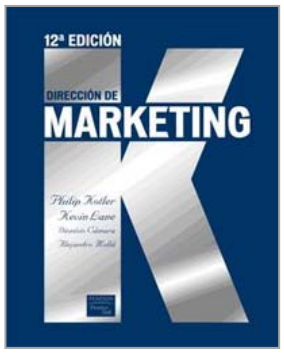
Bibliografía básica

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...



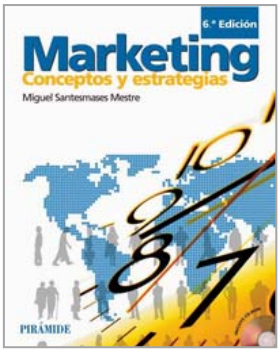
Kothler, P. & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing*, p. 37-73. Madrid: Pearson Educación. ISBN: 978-84-205-4463-2.

El intervalo de páginas necesario para el estudio de la asignatura está disponible en el aula virtual bajo licencia CEDRO*.

Kothler, P. (2004). *Marketing*, p. 41-71. Madrid: Pearson Educación. ISBN: 978-84-205-4198-3.

El intervalo de páginas necesario para el estudio de la asignatura está disponible en el aula virtual bajo licencia CEDRO*.

Redacción (26 noviembre 2013). España supera a Estados Unidos o Reino Unido en el uso de los entornos digitales. *Marketing Directo*. Recuperado de: http://www.marketingdirecto.com/



Santesmases, M. (2012). *Marketing: conceptos y estrategias*, p. 212-235, 246-279, 322-336. Madrid: Ediciones Pirámide. ISBN: 978-84-3682-613-5.

El intervalo de páginas necesario para el estudio de la asignatura está disponible en el aula virtual bajo licencia CEDRO*.

* Esta obra está protegida por el derecho de autor y su reproducción y comunicación pública, en la modalidad puesta a disposición, se han realizado con autorización de CEDRO. Queda prohibida su posterior reproducción, distribución, transformación y comunicación pública en cualquier medio y de cualquier forma, con excepción de una única reproducción mediante impresora por cada usuario autorizado.

Bibliografía complementaria

Alonso, J. & Grande, I. (2013). *Comportamiento del consumidor*. Madrid: ESIC.

Bonta, P. & Farber, M. (1994). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Norma.

Cariola, O. (2007). *Marketing: plan para emprendedores*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.

Cohen, M. (2006). *El comportamiento del consumidor*. México: McGraw Hill. ISBN: 9789701058947.

Dyché, J. (2001). *E-data*. Buenos Aires: Prentice Hall.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing*. México: McGraw Hill.

Mochini, S. (2012). *Claves del marketing digital*. Barcelona: La Vanguardia Ediciones.

Sarasqueta, A. (2012).*Somos información*. Pamplona: Eunsa.

Sellers, R. & Casado, A. B. (2013). *Introducción al marketing*. Alicante: ECU.

VV. AA. (2013). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC.