



## BIBLIOGRAFÍA PUBLICIDAD

- Coll, P. y Lluís Micó, J. (2018). **Estrategias de publicidad y relaciones públicas en la era digital: los casos de estudio de Wallapop, Westwing y Fotocasa**. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/105395>
- Escobar Mora, C. (2019). **El deber de comunicación en la publicidad digital empresarial**. J.M. BOSCH EDITOR. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/127034>
- Fernández Gómez, J. D. Rubio-Hernández, M. D. M. & Pineda, A. (2019). **Branding cultural: una teoría aplicada a las marcas y a la publicidad**. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/113294>
- García Dauder, S. y Thomas Currás, H. (2016). **Psicología aplicada a la publicidad**. Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/63129>
- González Romo, Z. Jiménez Morales, M. & Vilajoana Alejandre, S. (II.). (2016). **¿Cómo aplicar los conceptos básicos de publicidad?**. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/114058>
- González, E. (2019). **En las entrañas de la publicidad: la dirección creativa ejecutiva y el oficio de anunciar**. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/120286>
- Liberal Ormaechea, S. & Sierra Sánchez, J. (2018). **Uso y aplicación de las redes sociales en el mundo audiovisual y publicitario**. McGraw-Hill España. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/50342>
- López Medina, J. D. (Comp.), Orozco Toro, J. A. & Muñoz Sánchez, O. (2019). **Estrategias de publicidad social: coyunturas sociales como oportunidad de mejoramiento de valor responsable**. Universidad Católica Luis Amigó. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/126350>



- López Medina, J. D. Ríos Valderrama, J. C. & Quintero Restrepo, J. M. (2019). ***Propaganda: el fracaso institucional y el triunfo de nadie.*** Universidad Católica Luis Amigó. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/126359>
- Macías Espejo, B. (2017). ***El delito de publicidad engañosa.*** Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/58792>
- Mollá Furió, D. (2018). ***Las claves de la producción de anuncios televisivos.*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/59116>
- Pellicer García, L. (2019). ***La formación de un signo: estrategias semiótico-lingüísticas del discurso publicitario.*** Ediciones Trea. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/113269>
- Pellicer Jordá, M. T. (2019). ***Sobrevivir a la publicidad desde una perspectiva ética.*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/117587>
- Pérez-Latre, F. J. (2017). ***Fundamentos de la publicidad en el siglo XXI.*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/59095>
- Pérez-Latre, F. J. (2017). ***Fundamentos de la publicidad en el siglo XXI.*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/59095>
- Roca, A. Roca, A. & Estanyol, E. (2017). ***¿Dónde cuentan sus historias las marcas?*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/58653>
- Selva Ruiz, D. (2019). ***Especies publicitarias: perfiles profesionales en las agencias.*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/117586>
- Shum Xie, Y. M. (2019). ***Marketing digital: navegando en aguas digitales (2a. ed.).*** Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/127095>
- Sivera, S. (2016). ***Publicidad contagiosa: claves creativas del marketing viral.*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/58488>



# UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ

- Timón, J. (2017). **Organización y control del plan de medios de comunicación**. RA-MA Editorial. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/105632>
- Yalán Dongo, E. (2018). **Semiótica del consumo: una aproximación a la publicidad desde sus signos**. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/117249>