



OCW 2016

ERREFERENTZI BIBLIOGRAFIAKOAK

Oinarrizko bibliografia:

- GRANDE, Ildelfonso eta ABASCAL, Elena: *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*, 11. edizioa, Esic, 2011.
- PÉREZ LÓPEZ, César: *Técnicas de análisis de datos con SPSS*, Pearson, 2009.

Bibliografía osagarria:

- AAKER, David eta DAY, George S.: *Investigación de Mercados*, 3. edizioa, McGraw-Hill, 1989.
- BELLO, Laurentino, VÁZQUEZ, Rodolfo eta TRESPALACIOS, Juan A.: *Investigación de mercados y estrategia de marketing*. 2. edizioa, Civitas, 1996.
- DÍAZ DE RADA, V.: *Técnicas de análisis multivariante para investigación social y comercial*, RAMA Editorial, 2002.
- DIEZ DE CASTRO, Enrique Carlos eta LANDA BERCEBAL, Javier: *Marketing. Investigación comercial*, Pirámide, 2002.
- GONZÁLEZ, M^a Angeles: *Investigación comercial. 22 casos prácticos y un apéndice teórico*, ESIC, 2000.
- GRANDE, Ildelfonso eta ABASCAL, Elena: *Aplicaciones de investigación comercial*, Esic, 1995.
- KINNEAR, Thomas C. eta TAYLOR, James R.: *Investigación de Mercados: un enfoque aplicado*, 5. edizioa, McGraw-Hill, 1998.
- LEVY MANGIN, Jean-Pierre eta VARELA MALLOU, Jesús: *Análisis multivariante para las ciencias sociales*, Prentice Hall – Pearson, 2003.
- LUQUE, T.: *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*, Pirámide, 2012.
- LUQUE, Teodoro: *Investigación de marketing. Fundamentos*, Ariel Economía, 1997.
- NEWBOLD, Paul: *Estadística para los negocios y la economía*, 4. edizioa, Prentice Hall, 1997.
- ORTEGA MARTINEZ, Enrique (ed.): *Manual de Investigación Comercial*, Pirámide, 1998.
- PEDRET, Ramón, SAGNIER, Laura eta CAMP, Francesc: *Herramientas para segmentar mercados y posicionar productos*, Deusto, 2003.
- TRESPALACIOS, Juan A., VAZQUEZ, Rodolfo eta BELLO, Laurentino: *Investigación de mercados. Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones de marketing*, Thomson, 2005.
- URIEL, Ezequiel eta ALDÁS, Joaquín: *Análisis multivariante aplicado. Aplicaciones al Marketing, Investigación de Mercados, Economía, Dirección de Empresas y Turismo*, Thomson-Paraninfo, 2005.
- ZIKMUND, William G.: *Fundamentos de Investigación de Mercados*. 2. edizioa, Thomson, 2003.

Web gune interesgarriak:

- AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión): <http://www.aedemo.es/aedemo/>
- Agencia Española de protección de datos: <https://www.agpd.es/portalwebAGPD/index-ides-idphp.php>
- Asociación para la investigación de Medios de Comunicación: <http://www.aimc.es/>
- ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research): <http://www.esomar.org/>
- FECEMD (Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo): <http://www.fecemd.org/>
- Foro marketing: <http://www.foromarketing.com/>
- Marketing News: <http://www.marketingnews.es/>