

Bibliografía

- Boush, D.M., Friestad, M., Wright, P. (2009). *Deception in the marketplace. The psychology of deceptive persuasion and consumer self-protection*. Routledge.
- Briñol, P., de la Corte, L., Becerra, A. (2008). *Zer da pertsuasioa*. Euskal Herriko Unibertsitatearen Argitalpen zerbitzua.
- Cialdini, R.B. (1990). *Influencia. Ciencia y práctica*. Ed. José Manuel Sastre Vidal.
- Dillard, J.P., Pfau, M. (2002). *The persuasion handbook. Developments in theory and practice*. Sage.
- Igartua, J.J. (1996). *Psicología de la publicidad*. Donostia: Ibaeta Psicología.
- Knowles, E.S., Linn, J.A. (2004). *Resistance and persuasion*. Lawrence Erlbaum.
- León, J.L. (2008). *Persuasión pública*. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.
- Moliné, M. (1988). *La comunicación activa. Publicidad sólida*. Ed. Deusto.
- Morales, J.F., Moya, M., Gaviria, E., Cuadrado, I. (Coord.). (2007). *Psicología Social*. 3ª Ed. McGraw-Hill.
- IV. atala: 17 – 21 kapituluak. *Actitudes, cambio de actitudes y procesos de influencia*.
- O'Keefe, D.J. (2002). *Persuasion. Theory & Research*. Sage.
- Perloff, R.M. (1993). *The dynamics of persuasion*. Lawrence Erlbaum.
- Pratkanis, A., Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Paidós Comunicación.
- Weinschenck, S.M. (2009). *Haz clic aquí. Neuro Web Design*. Pearson Educación, Madrid.