

Escaparate, nº 60

Cine

Margarita Ledo

DEL CINE-OJO A DOGMA 95: PASEO POR EL AMOR Y LA MUERTE DEL CINEMATOGRAFO DOCUMENTAL

Paidós, Barcelona.2004.

Paulo Antonio Paraguana (Ed.)

CINE DOCUMENTAL EN AMÉRICA LATINA

Cátedra, Madrid.2003.

VV.AA.

CINE Y TRANSVERSALES. TREINTA PELÍCULAS PARA TRABAJAR EN EL AULA

Ediciones Mensajero, Bilbao.2003.

Prensa

Carlos Barrera (Coord.)

HISTORIA DEL PERIODISMO UNIVERSAL

Ariel, Barcelona.2004.

Juan Cantavella / José Francisco Serrano (Coord.)

REDACCION PARA PERIODISTAS: INFORMAR E INTERPRETAR

Ariel, Barcelona.2004.

Flora Marín Murillo

LA CONSTRUCCIÓN DEL MITO A TRAVÉS DE LA PRENSA. EL CASO BIN LADEN

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.2004.

María Bella Palomo Torres

EL PERIODISTA ON LINE

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.2004.

Julio Yanes

HISTORIA DEL PERIODISMO TINERFEÑO (1758-1936). UNA VISIÓN PERIFÉRICA DE LA HISTORIA DEL PERIODISMO ESPAÑOL

Centro de la Cultura Popular Canaria, Tenerife.2003.

VV. AA.

LIBRO BLANCO DE LA PRENSA DIARIA 2004

AEDE, Madrid.2004.

Política y Comunicación

Ramón Reig

DIOSES Y DIABLOS MEDIÁTICOS. CÓMO MANIPULA EL PODER A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Urano Tendencias, Barcelona.2004.

Natalia Vinelli / Carlos Rodríguez Esperon (Comp.)

CONTRAINFORMACION. MEDIOS ALTERNATIVOS PARA LA ACCIÓN POLÍTICA

Ed. Continente / Peña Lillo, Buenos Aires.2004.

Publicidad y Comunicación Corporativa

Sandra L. Beckwith

PLANES COMPLETOS DE PUBLICIDAD: CÓMO CREAR UNA PUBLICIDAD QUE DARA CHISPA Y EMOCION A LOS MEDIOS

Ediciones Deusto, Barcelona.2004.

María Del Carmen Camarero Izquierdo
MKT DEL PATRIMONIO CULTURAL
Ediciones Pirámide / ESIC, Madrid.2004.

Joan Costa
LA IMAGEN DE MARCA. UN FENÓMENO SOCIAL
Paidós, Barcelona.2004.

Manuel Garrido Lora
VIOLENCIA, TELEVISIÓN Y PUBLICIDAD: ANÁLISIS NARRATIVO DE LOS ESPOTS PUBLICITARIOS DE CONTENIDO VIOLENTO
Ediciones Alfar, Sevilla.2004.

Emma Rodeor / Carmen Alonso / José Á. Fuentes
LA RADIO QUE CONVINCE: MANUAL PARA CREATIVOS Y LOCUTORES PUBLICITARIOS
Ariel, Barcelona.2004.

Justo Villafañe
LA BUENA REPUTACIÓN. CLAVES DEL VALOR INTANGIBLE DE LAS EMPRESAS
Editorial Pirámide, Madrid.2004.

Klaus Werner / Hans Weiss
EL LIBRO NEGRO DE LAS MARCAS
Debate, Barcelona.2004.

Radio y Televisión

Javier Bardaji / Santiago Gómez Amigo
LA GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD EN TELEVISIÓN: EL CASO DE GLOBO MEDIA
EUNSA, Pamplona.2004.

Enrique Castello Mayo
LA PRODUCCIÓN MEDIÁTICA DE LA REALIDAD
Ed. Del Laberinto, Madrid.2004.

Mariano Cebrián Herreros

MODELOS DE TELEVISIÓN GENERALISTA, TEMÁTICA Y CONVERGENTE CON INTERNET

Paidós, Barcelona.2004.

Antonio Checa Godoy

FUENTES SOBRE RADIO: UN SIGLO DE BIBLIOGRAFÍA INTERNACIONAL

Mergablum Edición y Comunicación, Sevilla.2003.

Emeterio Díez Puertas

NARRATIVA AUDIOVISUAL, LA ESCRITURA RADIOFÓNICA Y TELEVISIVA

Universidad Camilo José Cela, Madrid.2003.

Carlos Elías Pérez

TELEBASURA Y PERIODISMO

Ediciones Libertarias / Prodhufi, Madrid.2004.

Pere Font

RADIO 4: LA PRIMERA EN CATALA

Col.legi de Periodistes, Barcelona.2004.

M^a Pilar Martínez-Costa / Elsa Moreno (Coord.)

PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA: ARTE Y TÉCNICA DEL DIALOGO ENTRE LA RADIO Y SU AUDIENCIA

Ariel, Barcelona.2004.

VV.AA.

EL PERIODISMO AUDIOVISUAL FRENTE AL TERRORISMO

IORTV, Madrid.2003.

