LIBROS

**AÑO 2016**

* Balas Lara, M. “Manual del Chief Communication Officer” Editorial GEU (2016) ISBN: 978-84-16729-53-1
* Díaz-Bustamante, M. y Carcelén, S: “Consumer Behaviour regarding luxury perfumes. Key elements for marketing strategy design” en el libro Global marketing strategies for the promotion of luxury goods. IGI Global, 2016 (March), pp. 46-70. ISBN13: 9781466699588
* Gomez-Suarez, Mónica. Abril, Carmen “Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovering Economy. “Choice of National Brand versus Private Label “Me-Too” New Products in a Multicultural Context: Understanding Consumer Innovativeness” Frontiers (2016) ISBN10: 1522502203
* Llorens, M. y Carcelén, S.: “The role of private labels in the organic food market” en el libro Strategic retailing of private label products in a recovering economy. IGI Global, 2016 (june). ISBN13: 9781522502203
* Puelles, M. Diaz- Bustamante, M. Moreno, G. “Importance and Role of Retail Brands in a Non-Food Market: A Case Study of DIY Retailing in Spain” en el libro. “Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovering Economy.  Coord. Gómez-Suarez, M y Martínez-Ruiz, M.P”. DOI: 10.4018/978-1-5225-0220-3.ch017 (2016)
* Puelles, M. Fauvel, L. y Cliquet, G. “Selling OTC Medicines in Supermarkets: A Challenge for the European Market” en el libro. “Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovering Economy.  Coord. Gómez-Suarez, M y Martínez-Ruiz, M.P” DOI: 10.4018/978-1-5225-0220-3.ch019 (2016)
* Puelles, M. y Marañón, R “Spanish Food Private Labels: In Search of a Differential Positioning” en el libro. “Handbook of Research on Strategic Retailing of Private Label Products in a Recovering Economy.  Coord. Gómez-Suarez, M y Martínez-Ruiz, M.P” DOI: 10.4018/978-1-5225-0220-3.ch006

 (2016)

* Recuero, N. Blasco, F. García de Madariaga, J. “Marketing del Turismo Cultural” Esic, Madrid. (2016). ISBN: 9788416462612

**AÑO 2015**

* Pintado Blanco, Teresa. Merino Sanz, M.J.; “Herramientas para dimensionar los mercados: la investigación cualitativa”. ISBN: 978-84-15986-79-9. Es de 2015.
* Pintado Blanco, Teresa. Merino Sanz, M.J. “La investigación de mercados: claves para conocer los insights del consumidor”. ISBN: 978-84-15986-80-5. Es de 2015.

**AÑO 2014**

* Pintado Blanco, Teresa. Sánchez Herrera, Joaquín. “Nuevas tendencias en comunicación estratégica (3ª edición)”. ISBN: 978-84-15986-058. Es de 2014.
* Blasco López, Francis. Pintado Blanco, Teresa. “Adolescentes 2013: Hacia una correcta formación y autonomía en el consumo”. ISBN: 978-84-9050-811-4. Es de 2014.
* Gavilan, D. Abril, C. Avello, M. “Nuevas Tendencias en Comunicación”. Ed. ESIC. ISBN. 978-84-7356-812-8 Re-editado y actualizado en 2014 Nuevas tendencias en comunicación interna
* Fernández-Lores, Susana. de Garcillán López-Rúa, Mencia. "Comunicación y Marketing de contenidos" en Nuevas tendencias en comunicación de Pintado Blanco, T. y Sanchez Herrera, J., 2014, 3ª edición. Esic Editorial. ISBN 9788415986058

**AÑO 2013**

* Blasco López, Francis; Pintado Blanco, Teresa “Adolescentes 2013: hacia una correcta formación y autonomía en el consumo”
* Pintado Blanco, Teresa; Sánchez Herrera, Joaquín “Imagen Corporativa. Influencia en la gestión empresarial (2ª Edición)” ISBN: 978-84-7356-897-5.  Es de 2013.
* Pintado Blanco, Teresa. M. Merino, Mª J., Sanchez Herrera, Joaquín. Santesmases, M. “Fundamentos de Marketing” ISBN: 978-84-368-2934-1. Es de 2013.

**AÑO 2012**

* Balas Lara, Montserrat. “La gestión de la comunicación en el Tercer sector” editado por ESIC editorial (2012)
* [Camacho, M. M](http://www.sophosenlinea.com/autor/maria-del-mar-camacho-/). [Murat Akpinar,](http://www.sophosenlinea.com/autor/-murat-akpinar-/) [María José Rivero-Menéndez y](http://www.sophosenlinea.com/autor/-maria-jose-rivero-menendez-/)  [Anne Eskola](http://www.sophosenlinea.com/autor/-anne-eskola/) (Prólogo de García de Madariaga, J.), [*Beyond figures: Introduction to financial accounting. European financial accounting manual*](http://www.sophosenlinea.com/ebook/beyond-figures-introduction-to-financial-accounting-european-financial-accounting-manual_E0000646198)*,* Pirámide, Madrid. (2012)
* Molero Ayala, Víctor. Rivera, J. “Formación de vendedores. Saber para vender” Ed. Esic. Madrid. 2012.ISBN: 978-84-7356-822-7. (2012)
* Molero Ayala, Víctor. Rivera, J. “MARKETING Y FUTBOL. EL MERCADO DE LAS PASIONES”. Ed. Esic. Madrid. 2012.Prólogo de D. Francisco Roca, Director General de la Liga de Futbol Profesional (LFP).ISBN: 978-84-7356-850-0.
* Pintado Blanco, Teresa. Sánchez Herrera, Joaquín. “Nuevas tendencias en comunicación (2ª edición)”. ISBN: 978-84-7356-812-8. Es de 2012
* Pintado Blanco, Teresa. Muras, S.; “Las técnicas de investigación cualitativa en el ámbito online” (capítulo, en el libro “Nuevas tendencias en investigación y marketing”). ISBN: 978-84-7356-864-7. Es de 2012
* Muras, S.; Pintado Blanco, T. “Las técnicas de investigación cualitativa en el ámbito online” (capítulo, en el libro “Nuevas tendencias en investigación y marketing”). ISBN: 978-84-7356-864-7. Es de 2012

**AÑO 2011**

* Abril Barrie, CArmen. Capítulo 3. El valor de marca de la marca de ditribuidor. “Marcas de distribuidor. Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos” Coordinator J.A. Puelles (2011). Ed. Pirámide. ISBN 978-84-368- 2467-4.
* Carrasco González, RAmón; Hornos, M.; Villar, P.; Aguilar, M.. An Extraction, Transformation and Loading Tool applied to a Fuzzy Data Mining System (2011)
* Carrasco González, Ramón. Data mining: Aplicaciones económico-financieras, calix furus (2011)
* Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C., García de Madariaga, Jesús. y Flores, J. (2011): Marketing turístico, Prentice Hall, Madrid. (4ª Edición), Madrid.
* Esteban Talaya, A., García de Madariaga, Jesús., Narros González, Mª. José., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E. y Saco Vázquez, M. (2011): Principios De Marketing, Esic (4ª Ed.), Madrid
* Manzano Antón, Roberto., Gavilan Bouzas, Diana. Avello Iturriagagoitia, María. Abril Barrie, Carmen. Serra, T. (2011) “Sensory Retailing. Marketing para los sentidos en el punto de venta”. Ed. Prentice Hall. ISBN. 978-84-8322-812-8.
* Manzano Antón, Roberto. Puelles, J.A. “Las Marcas del Distribuidor en los Grandes Especialistas No Alimentarios”. Coautor de este capítulo en el libro “Marcas de distribuidor. Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos” (2011)
* Armstrong, G.; Kotler, P.; Merino, M.J.; Pintado, T.; Juan, J.M. Libro: Introducción al Marketing. Editorial Pearson, Madrid, 2011.
* Pintado Blanco, Teresa; Sánchez Herrera, Joaquín. “Nuevas Tendencias en Investigación” 2ª Ed. Editorial ESIC. ISBN 8473568125. Madrid, 2011.
	+ - Capítulos “Comunicación online” y “Técnicas de comunicación en la web 2.0”. por Pintado, T. y Sánchez, J.
		- Capítulo “Nuevas tendencias en comunicación interna”, Gavilán, Abril, Avello, pág 159-190.
* Pintado Blanco, Teresa. Merino, Mª J., Sanchez Herrera, Joaquín. Santesmases, M. “ Fundamentals of Marketing” ISBN: 978-84-368-2543-5 . Es de 2011
* Pintado Blanco, Teresa; G. Armstrong; P. Kotler; M.J.Merino; J.M.Juan “Introducción al Marketing (adaptación española del libro “Marketing. An Introduction”, de P. Kotler y G. Armstrong)” ISBN: 9788483226766. Es de 2011
* Puelles Gallo, María. and Puelles, J. “Las Marcas de Distribuidor y las crisis económicas. Comportamiento y retos de futuro”(2011). Revista ICADE. ISSN : 02 12-7377
* Puelles Gallo, María. Puelles, J.A. Gómez, M. (coords) 2011: (Book) Marcas de Distribuidor: Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos.(Privatelabels: Concept, evolution and trends) ISBN 978-84-386-2467-4. Publisher: Pirámide. Colección Empresa & Gestión. 392 pgs.
* Puelles Gallo, María. Puelles, J.A y Gómez, M. Marcas de Distribuidor: Concepto, evolución, protagonistas y adaptación a los ciclos económicos. ISBN 978-84-386-2467-4 Pirámide. Colección Empresa & Gestión Marzo 2011, Madrid
* Sánchez Herrera, Joaquín. Santesmases, M.; Merino, M.J.; Pintado Blanco, Teresa. Fundamentals of Marketing. Editorial Pirámide, Madrid, 2011. ISBN. 978-84-368-2543-5