



ITEM	TITULO	AUTORES	CLASIFICACIÓN	CÓDIGO DE BARRAS	AÑO	No. VOL	EDICIÓN
1	Comportamiento del consumidor	Javier Alonso Rivas	658.834/R618	USC0100101855-Ej.1 USC0100101857-Ej.2 USC0100101860-Ej.3	2012	3	6 ed.
2	Social media	Jose Antonio Carballar	658.8/C263	USC0100101861-Ej.1 USC0100101862-Ej.2 USC0100101864-Ej.3	2013	3	1 ed.
3	Investigación de mercadeos	Agueda Esteban Talaya	658.83/1N62	USC0100101845-Ej.1 USC0100101847-Ej.2 USC0100101848-Ej.3	2014	3	1 ed.
4	Dirección de ventas	Manuel Artal Castells	658.85/AR784	USC0100101839-Ej.1 USC0100101856-Ej.2 USC0100101869-Ej.3	2013	3	12 ed.
5	Conducta del consumidor (estrategías y políticas aplicadas al marketing)	Jaime Rivera Camino	658.834/R621	USC0100101843-Ej.1 USC0100101854-Ej.2 USC0100101843-Ej.3	2013	3	3 ed.
6	Imagen de marca	Miguel Baños González	658.827/B364	USC0100101852-Ej.1 USC0100101853-Ej.2 USC0100101859-Ej.3	2012	3	1 ed.
7	Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa	Maria Angeles Cea D Ancona	300.72/C387	USC0100101842-Ej.1 USC0100101850-Ej.2 USC0100101851-Ej.3	2012	3	
8	Marketing electrónico para PYMES	Ana Cruz Herradón	658.8/H564	USC0100101844-Ej.1 USC0100101846-Ej.2 USC0100101849-Ej.3	2009	3	1 ed.
9	Marketing industrial	Mikel Mesonero	658.8/M582	USC0100101835-Ej.1 USC0100101840-Ej.2 USC0100101841-Ej.3	2012	3	1 ed.
10	Marketing directo e interactivo	Josep Alet	658.812/AL372	USC0100101836-Ej.1 USC0100101837-Ej.2 USC0100101838-Ej.3	2011	3	2 ed.
11	Nonprofit marketing	John L. Fortenberry	658.8/F737	USC0100101934-Ej.1	2013	1	
12	Marketing para PYMES (un enfoque para latinoamerica)	Alejandro Schnarch K.	658.8/SC357	USC0100101902-Ej.1 USC0100101925-Ej.2 USC0100101931-Ej.3	2013	3	1 ed.
13	El plan de Marketing en la PYME	Jose Maria Sainz de Vicuña Ancin	658.8/SA157	USC0100101897-Ej.1 USC0100101889-Ej.2 USC0100101896-Ej.3	2012	3	2 ed.
14	Merchandising	Ricardo Palomares Borja	658.87/P181	USC0100101882-Ej.1 USC0100101883-Ej.2 USC0100101888-Ej.3	2011	3	2 ed.



ITEM	TITULO	AUTORES	CLASIFICACIÓN	CÓDIGO DE BARRAS	AÑO	No. VOL	EDICIÓN
15	Publicidad on line (las claves del éxito en internet)	Daniel Rodríguez del Pino	659.1/P976	USC0100101898-Ej.1 USC0100101901-Ej.2 USC0100101904-Ej.3	2014	3	3 ed.
16	Public administration and information technology	Christopher G. Reddick	658.001/R313	USC0100101918-Ej.1	2012	1	
17	Tecnicas de marketing viral	Miguel Angel Montañés del Río	658.8/M767	USC0100101890-Ej.1 USC0100101893-Ej.2 USC0100101899-Ej.3	2014	3	1 ed.
18	Métricas del marketing	Alejandro Domínguez Doncel	658.8/D671	USC0100101891-Ej.1 USC0100101894-Ej.2 USC0100101895-Ej.3	2010	3	2 ed.
19	Marketing internacional: Un enfoque práctico (teoría, casos y talleres)	Harold Silva Guerra	658.8/SI586	USC0100101892-Ej.1 USC0100101900-Ej.2 USC0100101903-Ej.3	2014	3	1 ed.
20	Marketing Público (investigación, aplicaciones y estrategia)	Ramon Rufin Moreno	658.8/R926	USC0100101885-Ej.1 USC0100101886-Ej.2 USC0100101887-Ej.3	2012	3	1 ed.
21	El plan de marketing en la práctica	Jose Maria Sainz de Vicuña Ancín	658.8/SA157	USC0100101871-Ej.1 USC0100101872-Ej.2 USC0100101873-Ej.3	2014	3	19 ed.
22	Pricing (nuevas estrategias de precios)	Jose de Jaime Eslava	658.404/ES76	USC0100101875-Ej.1 USC0100101878-Ej.2 USC0100101884-Ej.3	2012	3	3 ed.
23	Marketing y fútbol (el mercado de las pasiones)	Jaime Rivera Camino	658.8/R621	USC0100101876-Ej.1 USC0100101877-Ej.2 USC0100101879-Ej.3	2012	3	
24	Soy un Crack! (el marketing personal me salvó la vida)	Pablo Adán Micó	658.8/M626	USC0100101865-Ej.1 USC0100101866-Ej.2 USC0100101867-Ej.3	2013	3	1 ed.
25	Marketing sanitario (evolución-revolución)	Dra. Asunción Hernández Fernández	658.8/M345	USC0100101868-Ej.1 USC0100101880-Ej.2 USC0100101881-Ej.3	2014	3	1 ed.
26	Como se gestiona una marca país? Con un centro de inteligencia	José Miguel Sánchez Guitian	658.827/SA194	USC0100101926-Ej.1 USC0100101927-Ej.2 USC0100101932-Ej.3	2013	3	1 ed.
27	El plan de ventas	Gregorio Fernández-Balaguer	658.82/F363	USC0100101937-Ej.1 USC0100101940-Ej.2 USC0100101944-Ej.3	2012	3	6 ed.



ITEM	TITULO	AUTORES	CLASIFICACIÓN	CÓDIGO DE BARRAS	AÑO	No. VOL	EDICIÓN
28	Encuesta y estadística (metodos de investigación cuantitativa en ciencias sociales y comunicación)	Cecilia Blanco	300.72/B641	USC0100101909-Ej.1 USC0100101939-Ej.2 USC0100101943-Ej.3	2015	3	
29	Marketing internacional para la expansión de la empresa	José Luis Jerez Riesco	658.848/J55	USC0100101928-Ej.1 USC0100101929-Ej.2 USC0100101938-Ej.3	2010	3	
30	Nuevas tendencias en investigación y marketing	María Jesús Merino	658.83/M562	USC0100101863-Ej.1 USC0100101870-Ej.2 USC0100101874-Ej.3	2012	3	1ed.
31	Public Budgeting Systems	Robert D. Lee, Jr.	338.9861/I477	USC0100101936-Ej.1	2013	1	9 ed.
32	Ethics in Health administration (a practical approach for decisión makers9	Elieen E. Morrison	658.01/M878	USC0100101912-Ej.1	2016	1	3 ed.
33	Cases in Health care marketing	John L. Fortenberry, Jr.	382.1/F737	usc0100101930-Ej.1	2011	1	
34	Plan de marketing herramienta clave de gestion	Julian Peinador	658.8/P377	USC0100101915-Ej.1 USC0100101924-Ej.2 USC0100101933-Ej.3	2009	3	
35	Dirección de producto	Luis Sánchez Villa	658.5742/SA194	USC0100101905-Ej.1 USC0100101914-Ej.2 USC0100101921-Ej.3	2009	3	
36	Retos de las marcas globales en la comunicación de valores de sostenibilidad y RSC	Belén Lopez Vázquez	658.827/L864	USC0100101906-Ej.1 USC0100101907-Ej.2 USC0100101910-Ej.3 USC0100101911-Ej.4 USC0100101923-Ej.5 USC0100101942-Ej.6	2013	6	
37	Product management	Luis Sánchez Villa	658.7/SA194	USC0100101908-Ej.1	2009	1	
38	Marketing planning and control	Julian Peinador	658.8/P377p	USC0100101913-Ej.1	2010	1	
39	Products flow & display management	Andrés Grueso	658.75/G982	USC0100101941-Ej.1	2012	1	
40	Distribution channels	Agustín López-Quesada	658.84/L864	USC0100101917-Ej.1	2012	1	
TOTAL						105	