## **BIBLIOGRAFÍA**

- http://www.area.com.mx/elecciones/
- Barranco Sáiz, Francisco J. (1997) <u>Técnicas de marketing político</u>. México,
   D.F: Editorial Rei.
- Cáceres Jesús Galindo (1995) Política, cultura y comunicación. México;
   Editorial Cuadernos de MASS culturas, Departamento de Ciencias del Hombre.
- De la Torre Villar Ernesto y Navarro de Anda Ramiro (1982) Metodología de la Investigación bibliográfica, archivística y documental. México, McGraw-Hill
- Durandi Guy (1983) <u>La mentira en la propaganda política y la publicidad.</u>
   Barcelona; Paidos
- Eco Umberto, Barcelona (1986) Cómo se hace una tesis. México, D.F:
   Editorial Gedisa.
- http://www.fundaciónbuendía.org.mx/rmc/rmc53/market.html
- Gordóa, Víctor. (1999) El poder de la imagen pública. México, D.F: Editorial EDAMEX.
- Habermas Jürgen (1989) <u>Teoría de la acción comunicativa I, Racionalidad de</u>
   la acción y racionalización social. Madrid; editorial Taurus

- Habermas Jürgen (1981) <u>Historia y crítica de la opinión pública.</u> Barcelona;
   Editorial Gustavo Gili.
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio
   Pilar. (1998) Metodología de la Investigación. México, D.F. McGraw-Hill
- Homs, Ricardo. (2000) <u>Estrategias de marketing político</u>: técnicas y secretos de los grandes líderes. México, D.F: Editorial Ariel.
- Kotler Philip y Armstrong Gary (1996) Mercadotecnia; México, Editorial
   Prentice may
- <a href="http://labastida2000.org.mx/portal.html">http://labastida2000.org.mx/portal.html</a>
- <a href="http://lajornada.unam.mx/2000/abr00/000426/feria/html">http://lajornada.unam.mx/2000/abr00/000426/feria/html</a>
- http://www.jornada.unam.mx/2000/abr/031114/html
- Lamb Hair Mc Daniel (2000) <u>Marketing</u>; México y América Central;
   Thomson
- López Díaz Aura (1984) Comunicación política; Universidad de Puerto Rico
- Maarek, Philippe J (1997) <u>Marketing político y comunicación</u>. Barcelona:
   Piados Comunicación.
- Monzón Cándido (1996) <u>Opinión pública, comunicación y política; la</u>
   formación del espacio público. Madrid; Editorial Tecnos

- http://www.proceso.com.mx/home\_politica.html
- Price Vincent (1994) Opinión Pública Barcelona; Paidos comunicación.
- Sabucedo J.M y Rodríguez M. (1997) <u>Medios de comunicación de masas y</u>
   <u>conducta política</u>. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva, S.L.
- Salazar Vargas, Carlos (1994): Marketing Político, Santa Fe de Bogotá,
   Colombia, editorial Presencia
- Salazar Vargas , Carlos (2000): <u>Marketing Político:</u> Revista de mercadotecnia publicidad medios Merca 2.0
- Salazar Vargas Carlos (2003): <u>Politing</u> Revista de mercadotecnia publicidad medios Merca 2.0
- Salazar Vargas Carlos (1999) <u>Las políticas Publicas</u>: Santa Fe de Bogotá,
   D.C., Colombia: ed. JAVEGRAF
- Salazar Vargas Carlos (2003): <u>primer encuentro multidisciplinario: se vende</u>

  <u>realidad</u>, Universidad de las Américas, Puebla.