

<p style="text-align: center;"><b>MARCA</b> <b>Gestión de la Marca / Evaluación de la Marca / Creación de Marcas</b></p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- Aaker D., *Construir marcas poderosas*, Ediciones Gestión 2000
- Aaker D., *Brand Portfolio Strategy*, Free Press 2004
- Aaker D&Eric Joachimsthaler, *Brand Leadership*, Free Press
- Aaker D&Eric Joachimsthaler, *Liderazgo de marca*, Deusto 2005
- Bedbury S., *A new brand world*, Penguin Books 2002
- *Business Topbrands, El libro de las grandes marcas en España*, Volumen II, The Brand Council
- Cerviño J., *Marcas internacionales, cómo crearlas y gestionarlas*, Editorial Pirámide 2002.
- Drawbaugh Kevin, *Las marcas a examen: El gran desafío de la identidad comercial*, Prentice Hall, 2001
- Gobé M., *Branding emocional, el nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas*. Divine Egg publicaciones, 2005.
- Harvard Business School Press, *Harvard Business review on Brand Management*, HBS Press
- Hill, S., Lederer C., *The Infinite Asset, Managing Brands o build new value*, Harvard Business School Press, 2001.
- Klein N., *No logo*, Editorial Paidos, 2001.
- Lewis Elen, *¡Gran Ikea! Una marca mundial para todos los públicos*, Editorial Gestión 2000, 2006
- Lipovestky G., Roux E. *El lujo eterno: De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*, Editorial Anagrama 2004.

- Ries Al, Ries Laura, *Las 22 leyes inmutables de la marca*, McGrawhill 2001
- Ries Al, Ries Laura, *El origen de las marcas*, Empresa Activa 2004
- Salinas, Gabriela, *The International Brand Valuation Manual: A complete overview and analysis of brand valuation techniques, methodologies and applications*, Hardcover 2009
- Salinas, Gabriela, *Valoración de marcas*, Deusto 2007
- Salinas, Gabriela & Pérez Castro, Carlos, *Valoración y evaluación de marcas*, Deusto 2008
- Schmitt B., *Experimental Marketing*, Deusto Editorial
- Torres Coronas T., *La valoración de las marcas*, Gestión 2000, Barcelona 2002.
- Zyman S, *El final del marketing*, Granica 2000