

Diccionari de comunicació empresarial

Bibliografia

Obres especialitzades

ALBRIGHT, J. *Creating the advertising message*. Mountain View, CA [etc.]: Mayfield, cop. 1992.

ISBN 0-87484-884-9

ÁLVAREZ, T.; CABALLERO, M. *Vendedores de imagen. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1997. (Papeles de comunicación; 18)

ISBN 84-493-0370-2

ARCEO VACAS, J.L. *Fundamentos para la teoría y técnica de las relaciones públicas*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1988. (Comunicación y relaciones públicas; 3)

ISBN 84-7665-364-6

ASOCIACIÓN DE EMPRESAS CONSULTORAS EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN. *El Libro práctico de la comunicación y las relaciones públicas. El porqué y el cómo de una profesión apasionante*. Barcelona: Folio, 1997.

ISBN 84-413-0811-X

AZAUSTRE, A.; CASAS, J. *Manual de retórica española*. Barcelona: Ariel, 1997.

ISBN 84-344-8391-2

BRIERLEY, S. *The Advertising handbook*. London; New York: Routledge, 1995.

ISBN 0-415-10714-8 (pbk)

CABRERA, J.A. *Las Relaciones públicas en la empresa*. Madrid: Acento, 1996.

ISBN 84-483-0152-8

CHIAS, J. *El Màrqueting. Comprendre per actuar*. Barcelona: Columna; Proa, 1997.

ISBN 84-8300-378-3 (Columna)

ISBN 84-8256-456-0 (Proa)

COLET, E. [et al.]. *Sistemes d'informació: reptes per a les organitzacions*. Barcelona: Proa; Columna, 1998. (ESADE; 6)

ISBN 84-8300-588-3; 84-8256-678-4

CORNELLA, A. *Los Recursos de información: ventaja competitiva de las empresas*. Madrid [etc.]: McGraw-Hill, DL 1997. (McGraw-Hill de management)
ISBN 84-481-1814-6

CORNELLA, A.; RUCABADO, J. *Les Autopistes de la informació*. Barcelona: Proa: Columna, 1996. (ESADE; 2)
ISBN 84-8256-306-8; 84-8300-186-1

DAVARA, F.D. *Estrategias de comunicación en marketing*. 2ª ed. [Madrid]: DOSSAT 2000, 1994.
ISBN 84-237-0804-7

"Decret 1/1993, de 9 de març, sobre comerç interior, pel qual s'aprova la refosa en un text únic dels preceptes de la Lei 1/1983, de 18 de febrer, i la Llei 23/1991, de 29 de novembre". *DOG*C (21 de maig de 1993), núm. 1748.

DI SCIULLO, J. *Màrketing i comunicació de les institucions*. Barcelona: Pleniluni, 1993. (Animació Sociocultural)
ISBN 84-85-752-80-5

DÍEZ DE CASTRO, E.C.; LANDA BERCEBAL, F.J. *Merchandising. Teoría y práctica*. Madrid: Pirámide, 1996.
ISBN 84-368-0951-3

DUARTE, C.; ALSINA, À.; SIBINA, S. *Manual de llenguatge administratiu*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Escola d'Administració Pública de Catalunya, 1991. (Manuals i formularis; 8)
ISBN 84-393-1609-7

DURÁN PICH, A. *Psicología de la publicidad y de la venta*. 3ª ed. Barcelona: CEAC, 1989. (Biblioteca básica de psicología)
ISBN 84-329-8806-5

ENGEL, J.F.; BLACKWELL, R.D.; MINIARD, P W. *Consumer behavior*. 6th ed. Chicago [etc]: The Dryden Press, 1990.
ISBN 0-03-022979-0

Guía de los medios de comunicación de España, Portugal, Andorra y Gibraltar (1996-1998), núm. 127-132.

GONDRAND, F. *L'Information dans les entreprises et les organisations*. Paris: Les Éditions d'Organisation, cop. 1983.
ISBN 2-7081-0573-6

GONZÁLEZ HERRERO, A. *Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1998. (Bosch Comunicación)
ISBN 84-7676-519-3

GONZÁLEZ LOBO, M.A.; CARRERO LÓPEZ, E. *Manual de planificación de medios*. Madrid: ESIC, 1997. (Universidad)
ISBN 84-7356-161-9

GRUPO HARPER AND LYNCH. *La Formación y la comunicación en la empresa*. Madrid: Harper and Lynch, DL 1992. (Manuales de recursos humanos; 7)
ISBN 84-8030-020-5

HERREROS ARCONADA, M. *La Publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic, 1995.
ISBN 84-7306-917-X

ICC International Codes of Marketing and Advertising Practice. Paris: International Chamber of Commerce, cop. 1995.

IZQUIERDO i ALCOLEA, F.A. *Comerç i administració local*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Comerç, Consum i Turisme, 1989.
ISBN 84-393-1238-5

JOANNIS, H. *De la stratégie marketing à la création publicitaire. La création publicitaire dans les magazines et les affiches, à la television, à la radio*. Paris: Dunod, 1995.
ISBN 2-10-002216-4

JOANNIS, H. *El Proceso de creación publicitaria. Planteamiento, concepción y realización de los mensajes*. Bilbao: Deusto, 1992.
ISBN 2-85394-458-1

JOSEP i MAYOL, M. *Com es fa un llibre: diccionari de les arts gràfiques*. Barcelona: Pòrtic, 1979.
ISBN 84-7306-116-0

JUGGENHEIMER, D.W.; BARBAN, A.M.; TURK, P.B. *Advertising media strategy and tactics*. [S.l.]: Wm. C. Brown Communications, 1992.
ISBN 0-697-11791-X

KOTLER, P.; CÁMARA, D.; GRANDE, I. *Dirección de marketing*. 8ª ed. Madrid [etc]: Prentice Hall, DL 1996.
ISBN 0-13-240532-6

LACASA Y BLAY, A.S. *Gestión de la comunicación empresarial*. Barcelona: Gestión 2000, 1998. (Colección universitaria ESERP)
ISBN 84-8088-279-4

"Ley 32/1988, de 10 de noviembre, de marcas". *BOE* (12 de noviembre de 1988), núm. 272.

"Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad". *BOE* (15 de noviembre de 1988), núm. 274.

“Ley orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de regulación del tratamiento automatizado de los datos de carácter personal”. *BOE* (31 de octubre de 1992), núm 262.

LIRIA, E. *Las Relaciones anunciante agencia. El primer libro escrito por un anunciante explicando cómo sacarle rendimiento a una agencia de publicidad*. Barcelona: Folio, 1994. ISBN 84-7583-683-6

“Llei 3/1993, de 5 de març, de l'estatut del consumidor”. *DOGC* (12 de març de 1993), núm. 1719.

Llengua i administració (1982-1994), núm. 1-50.

LUCAS MARÍN, A. *La Comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1997. (Comunicación; 21) ISBN 84-7676-382-4

MARÍN CALAHORRO, F. *Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional. Guía práctica*. Madrid: Síntesis, 1997. ISBN 84-7738-493-2

MARTÍN MARTÍN, F. *Comunicación en empresas e instituciones. De la consultora a la dirección de comunicación*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 1995. (Manuales Universitarios; 56) ISBN 84-7481-814-1

MARTÍNEZ, Q. *Aprenquem a llegir la publicitat: anàlisi de la tècnica i el llenguatge publicitaris*. Barcelona: Eumo, 1996. ISBN 84-7602-327-8

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. *Manual de edición y autoedición*. Madrid: Pirámide, 1994. ISBN 84-368-0840-1

MESTRES, J.M. [et al.]. *Manual d'estil: la redacció i l'edició de textos*. Barcelona: Eumo: Universitat de Barcelona: Universitat Pompeu Fabra: Associació de Mestres Rosa Sensat, 1996. ISBN 84-7602-323-5

MOLINÉ, M. *La Comunicación activa: publicidad sólida*. 3ª ed. act. Bilbao: Deusto, DL 1996. ISBN 84-234-1452-3

MOLINÉ, M. *Malicia para vender con marca. Método paso a paso combinando la técnica del marketing con la astucia de los maestros de la estrategia militar*. Bilbao: Deusto, 1996. ISBN 84-234-1445-0

MUNUERA, J.L.; RODRÍGUEZ. A.I. *Marketing estratégico. Teoría y casos*. Madrid: Pirámide, 1998. ISBN 84-368-1111-9

PARÉS i MAICAS, M. *Mecenatge, patrocini i comunicació*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1991. (Comunicación y relaciones públicas; 7)
ISBN 84-7665-791-9

PETER, J.P.; OLSON, J.C. *Consumer behavior and marketing strategy*. 3rd ed. Homewood, IL [etc.]: Irwin, cop. 1993. (The Irwin series in marketing)
ISBN 0-256-10567-7

PIÑUEL RAIGADA, J.L. *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis, 1997.
ISBN 84-7738-490-8

PRAT GABALLÍ, P. *La Publicidad científica: una nueva técnica: clases de enseñanza mercantil*. Ed. facsímil. Barcelona: Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, DL 1990.
ISBN 84-86931-20-5

PUJOL, J.M.; SOLÀ, J. *Ortotipografia. Manual de l'autor, l'autoeditor i el dissenyador gràfic*. 2a ed. Barcelona: Columna, 1995.
ISBN 84-7809-632-9

RAMÍREZ, T. *Gabinetes de comunicació. Funciones, disfunciones e incidencia*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1995.
ISBN 84-7676-311-5

RICARTE, J.M. *Creatividad y comunicación persuasiva*. Bellaterra; Castelló de la Plana; València: Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions: Publicacions de la Universitat Jaume I: Universitat de València. Servei de Publicacions, 1998.
ISBN 84-490-1222-8; ISBN 84-8021-220-9; ISBN 84-370-3455-8

SABATÉ, J. *La Publicitat*. Barcelona: Pòrtic, 1997. (Temes)
ISBN 84-7306-474-7

SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, J.M. *Distribución comercial: opciones estratégicas*. Madrid: ESIC, 1996.
ISBN 84-7356-150-3

SANZ DE LA TAJADA, L.A. *Auditoría de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen*. Madrid: Síntesis, 1996.
ISBN 84-7738-382-0

SANZ PINYOL, G.; FRASER, A. *Manual de comunicacions escrites a l'empresa*. Barcelona: Interactiva, 1998.
ISBN 84-7827-183-X

SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. *Consumer behavior*. 4th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall International, cop. 1991.
ISBN 0-13-172859-8

SPANG, K. *Fundamentos de retórica literaria y publicitaria*. 3ª ed. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1991.
ISBN 84-313-0616-5

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA. GABINET DE LLENGUA CATALANA.
Recull de documents administratius. Models i criteris de redacció. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Gabinet de Llengua Catalana, 1993-1997. 6 v.

UNIVERSITAT DE BARCELONA. SERVEI DE LLENGUA CATALANA. *DAU: documents administratius universitaris*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Servei de Llengua Catalana, DL 1991.
ISBN 84-7665-922-9

UNIVERSITAT POMPEU FABRA. *Documents administratius de la Universitat Pompeu Fabra*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 1994.
ISBN 84-88042-15-9

URZÁIZ i FERNÁNDEZ DEL CASTILLO, J. de. *De las relaciones públicas a la comunicación social integral. Una nueva estrategia comunicativa para las empresas e instituciones*. Madrid: San Martín, 1997.
ISBN 84-7140-301-3

VILLAFAÑE, J. *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide, 1993.
ISBN 84-368-0786-3

Obres terminològiques

ACADÉMIE DES SCIENCES COMMERCIALES. *Dictionnaire commercial*. Paris: Conseil international de la langue française: Entreprise Moderne d'Édition, DL 1987.
ISBN 2-85319-185-0

Advertising Media Glossary [En línia]. NTC Books, cop. 1993.
<<http://www.smartbiz.com/sbs/arts/iam13.htm>>
[Consulta: 13/02/97]

ÁLVAREZ, I. [et al.]. *Diccionario empresarial con definición del término: español-inglés, inglés-español*. León: SBSAA, 1987.
ISBN 84-241-9949-9

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES. COMISIÓN DE MEDIOS. *Guía básica de medios: glosario de términos habituales en planificación, compra y evaluación de campañas publicitarias*. Madrid: Asociación Española de Anunciantes, 1995.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING DIRECTO. *Diccionario inglés-español español-inglés del marketing directo*. Barcelona: Asociación Española de Marketing Directo, [1995]. (Biblioteca del Marketing Directo)

BAKER, M.J. *Macmillan dictionary of marketing and advertising*. 2nd ed. London; Basingstoke: Macmillan Press, 1990.
ISBN 0-333-51605-2

BANQUE TERMINOLOGIQUE DU QUÉBEC. *Publicité*. Québec: Gouvernement du Québec. Office de la langue française, 1982. (États terminologiques et bibliographies)
ISBN 2-551-04730-7

BARROSO GONZÁLEZ, M.J.; ALONSO SÁNCHEZ, F.J. *Diccionario de marketing*. Madrid: Paraninfo, 1992.
ISBN 84-283-1989-8

BATZER, E.; GREIPL, E.; LAUMER, H. *Glosario de marketing: con un apéndice de fórmulas comerciales*. Bilbao: Deusto, DL 1977.
ISBN 84-234-0355-6

BEAVER, F.E. *Dictionary of film terms*. New York [etc.]: McGraw-Hill, 1983.
ISBN 0-07-004212-8

BERGERON, M.; KEMPA, C.; PERRON, Y. *Vocabulaire d'Internet: HTML, JAVA, VRML, cyberculture: vocabulaire anglais-français*. 2e éd. rev. et augm. Sainte-Foy, Québec: Les Publications du Québec, DL 1997. (Cahiers de l'Office de la langue française. Terminologie des technologies de l'information)
ISBN 2-551-17286-1

BODIAN, N.G. *NTC's dictionary of direct mail and mailing list terminology and techniques*. 3rd ed. Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 1990.
ISBN 0-8442-3188-6

BRITISH STANDARDS INSTITUTION. *Glossary of terms used in the motion-picture industry*. London: British Standards Institution, 1975.
ISBN 0-580-08792-1

CÁMARA IBAÑEZ, D. *Diccionario de marketing*. Bilbao: Universidad de Deusto, 1995. (Serie economía)
ISBN 84-7485-344-3

CANADA. GOUVERNEMENT. BUREAU DE LA TRADUCTION. *Termium* [En línia]. Canadà: Bureau de la traduction, 1996. 1 CD-ROM, 3 disquets 3 1/2

CARD, M. *Dictionnaire des termes informatiques d'imprimerie et d'édition*. Paris [etc.]: Technique et Documentation Lavoisier, cop. 1992.
ISBN 2-85206-682-3

CASALS, R. *Composició electrònica: glosario [inglés-español]*. 2ª ed. ampl. Barcelona: Tecnoteca, DL 1989. 2 v.
ISBN 84-86219-12-4

CASALS, R. *Tecnología técnica de artes gráficas: inglés-español, español-inglés*. Barcelona: Tecnoteca, DL 1983. 2 v.
ISBN 84-86219-00-0

CASALS, R.; EGIC. *Dictionary of electronic composition and publishing*. Barcelona: Du Pont-Howson, 1992.
ISBN 84-86219-13-2

CEBRIÁN HERREROS, M. *Diccionario de radio y televisión: bases de una delimitación terminológica*. Madrid: Alhambra, 1981.
ISBN 84-205-0789-X

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. JOINT INTERPRETING AND CONFERENCE SERVICE; TRANSLATION SERVICE. TERMINOLOGY UNIT; INTERNATIONAL ASSOCIATION OF PROFESSIONAL CONGRESS ORGANIZERS. *Meeting industry terminology*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1992.
ISBN 92-826-4036-1

CRUMLISH, C. *Diccionario de Internet bilingüe: la guía esencial para comunicarse en la red*. Madrid [etc.]: McGraw-Hill, 1996.
ISBN 958-600-507-0

Diccionari de relacions laborals. València: CC.OO. País Valencià: Universitat de València. Servei de Normalització Lingüística, 1997.
ISBN 84-605-5742-1

"Diccionario de marketing directo". *Fichero de Empresas'95*. Barcelona [etc.]: Schober PDM Iberia, [1995]. p. 306-319.

Dictionnaire de la presse et des médias: français, espagnol, italien, portugais. Paris: Conseil international de la langue française, 1990.
ISBN 2-85319-221-0

DREYFUS, J.; RICHAUDEAU, F. [eds.]. *Diccionario de la edición y de las artes gráficas*. Salamanca; Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez: Pirámide, 1990. (Biblioteca del libro)
ISBN 84-86168-49-X
ISBN 84-368-0512-7

ECKERSLEY, R. [et al.]. *Glossary of typesetting terms*. Chicago; London: University of Chicago Press, 1994. (Chicago guides to writing, editing and publishing)
ISBN 0-226-18371-8

ELLMORE, R.T. *NTC's mass media dictionary*. Lincolnwood, Illinois: National Textbook Company, cop. 1991.
ISBN 0-8442-3185-1

FERNÁNDEZ-TUBAU RODÉS, V. *El Cinema en definicions*. Barcelona: Íxia, 1990.
(Manuals de cinema; 2)
ISBN 84-87530-03-6

FREEDMAN, A. *Diccionario de computación bilingüe*. 7ª ed. Madrid [etc.]: McGraw-Hill, 1996. xix, 666 p. + 1 disquet 3 1/2

FUNDACIÓ BARCELONA; TERMCAT, Centre de Terminologia. *Diccionari de lingüística*. Barcelona: Fundació Barcelona, 1992. (Diccionaris terminològics)
ISBN 84-88169-04-3

FUNDACIÓ BARCELONA; TERMCAT, Centre de Terminologia. *Diccionari de sociologia*. Barcelona: Fundació Barcelona, 1992. (Diccionaris terminològics)
ISBN 84-88169-03-5

FUNDACIÓ EMPRESARIAL CATALANA; ESADE. *Thesaurus de ciències empresarials: edició trilingüe: català, castellà, anglès*. Barcelona: Fundació Empresarial Catalana: ESADE, DL 1991.

GLOBENSKI, R. *Vocabulaire de la commercialisation: anglais-français*. Éd. prov. Québec: Gouvernement du Québec. Office de la langue française, 1981.
ISBN 2-551-03880-4

Glossary of database marketing terms [En línia].
<<http://www.ruf.com/glssry.htm>>
[Consulta: 21/04/97]

Glossary of direct marketing terms [En línia]. Techmar Communications, Inc., cop. 1996.
<<http://www.techmar.com/glossary.html>>
[Consulta: 07/07/97]

Glossary of terms used in the direct marketing industry [En línia]. Multiactive Data Inc, cop. 1996.
<<http://eagle.multiactive.com/welcome/glossary.html>>
[Consulta: 13/02/97]

GRUPO HARPER AND LYNCH. *Diccionario básico de recursos humanos*. Madrid: Harper and Lynch, DL 1992. (Manuales de recursos humanos; 12)
ISBN 84-8030-025-6

HEUDE, R.P. *Dictionnaire analogique de la publicité et des médias*. Paris: Eyrolles, 1993.
ISBN 2-212-03628-0

JEFKINS, F. *Dictionary of advertising direct response marketing and sales promotion*. London: Pitman, cop. 1990.
ISBN 0-273-03136-8

JOURNAL OFFICIEL (1983) DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. "Enrichissement du vocabulaire de l'audiovisuel et de la publicité." *Meta*. Vol. 28 (1983), núm. 4, p. 399-407.

LETEINTURIER, C. *Dictionnaire multimédia: presse, radio, télévision, publicité*. Paris: Eyrolles, 1990. (Communication)

LOUBIER, C. *Vocabulaire de l'édition et de la reliure*. Québec: Gouvernement du Québec. Office de la langue française, 1987. (Cahiers de l'Office de la langue française. Terminologie technique et industrielle)
ISBN 2-551-08646-9

MARCHESE, A.; FORRADELLAS, J. *Diccionario de retórica, crítica y terminología literaria*. Barcelona: Ariel, 1991.
ISBN 84-344-8386-6

Marketing directo de la A a la Z: diccionario de terminología de marketing directo. Barcelona [etc]: Publienvío, 1993.

MARTÍN, E.; TAPIZ, L. *DEAIG: Diccionario enciclopédico de las artes e industrias gráficas*. Barcelona: Don Bosco, 1981. (Biblioteca profesional EPS)
ISBN 84-236-1490-5

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. *Diccionario de bibliología y ciencias afines*. Salamanca; Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez: Pirámide, 1989. (Biblioteca del libro)
ISBN 84-86168-45-7

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. *Diccionario de tipografía y del libro*. 2ª ed. Madrid: Paraninfo, 1981.
ISBN 84-283-1132-3

MERANI, A.L. *Diccionario de psicología*. 4ª ed. Barcelona [etc.]: Grijalbo, 1985.
ISBN 84-253-1369-4

MILON, A.; SAINT-MICHEL, S.-H. *Lexicom: les 3000 mots du marketing publicitaire, de la communication et des techniques de production*. Rosny: Bréal, 1993. (Synergies)
ISBN 2-853-94678-9

MOTA, I.H. de la. *Diccionario de la comunicación*. Madrid: Paraninfo, 1988. 2 v.
ISBN 84-283-1607-4

MUÑIZ CASTRO, E.-G. *Diccionario terminológico de economía, comercio y derecho: inglés-español, español-inglés: English-Spanish, Spanish-English = Dictionary of economic, business and legal terminology*. Collado Villalba; Madrid: Fontenebro, 1990. (Biblioteca de terminología hispánica: Diccionarios: Mayor)
ISBN 84-87532-00-4

NEAL, T.; PARADIS, L. *Vocabulaire des industries graphiques = Graphic arts vocabulary*. [Canada]: Secrétariat d'État du Canada. Direction générale de la terminologie et des services linguistiques, 1986. (Les Cahiers de terminologie)

NOTAISE, J.; BARDA, J.; DUSANTER, O. *Dictionnaire du multimédia: audiovisuel, informatique, télécommunications*. 2e éd. Paris: AFNOR, DL 1996.
ISBN 2-12-465027-0

OCHOA, I. *Diccionario de publicidad*. Madrid: Acento, 1996.
ISBN 84-483-0167-6

ORIOI i DAUDER, J.A.; ORIOI i GIRALT, J. *Diccionari de figures retòriques i altres recursos expressius*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1995.
ISBN 84-87561-73-X

ORTEGA MARTÍNEZ, E. *Nuevo diccionario de marketing*. Madrid: ESIC, 1990.
ISBN 84-7356-064-7

PARRA, E. *Diccionario de publicidad y marketing*. Madrid: Eresma, 1990.
ISBN 84-85783-06-9

PARRA, E. *Diccionario inglés de publicidad*. Madrid: Noesis, 1994
ISBN 84-87462-04-9

PÉREZ MAS, M. *Diccionari dels mitjans audiovisuals*. Vic: Eumo, 1995. (Tecno-ciència; 14)
ISBN 84-7602-566-1

PESSIS, G.; PESSIS PASTERNAK, G. *Dictionnaire cinéma, audiovisuel, multimédia, réseaux: français-anglais anglais-français = Dictionary cinema, video, sound, multimedia, electronic web: English-French French-English*. Paris: Dixit, 1997. (CST)
ISBN 2-906587-67-2

PINEL, V. *Vocabulaire technique du cinéma*. Paris: Nathan, 1996. (Réf)
ISBN 2-09-190774-1

PLADEVALL, T. *Video terminology = Terminologia del vídeo = Terminología del vídeo*. Barcelona: Video Spot, DL 1984.
ISBN 84-398-3030-0

PLOTON, J.-M.; PERALDI, A. "La Distribution". *La Banque des mots*. (1973), núm. 6, p. 195-204.

PRIETO, F. *Diccionario terminológico de los medios de comunicación: inglés-español*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1991. (Cultura y comunicación; 4)
ISBN 84-86168-62-7

Publishing/Graphic Arts Glossary [En línia]
<<http://www.smartbitz.com/sbs/arts/eyn3.htm>>
[Consulta: 27/06/97]

QUÉBEC. GOUVERNEMENT. OFFICE DE LA LANGUE FRANÇAISE. *Le Gran dictionnaire terminologique: 1998* [Fitxer informàtic]. Outremont, Québec: Cedrom-Sin: Office de la langue française, 1998. 1 CD-ROM.

ROSENBERG, J.M. *Diccionario de administración y finanzas*. Barcelona: Océano, 1989. (Biblioteca Master Centrum)
ISBN 84-86590-44-2

ROSENBERG, J.M. *Dictionary of retailing and merchandising*. New York [etc.]: John Wiley & Sons, Inc., 1995.
ISBN 0-471-11023-X

RUSE, C.; HOPTON, M. *The Cassell dictionary of literary and language terms*. London: Cassell, 1992.
ISBN 0-304-31927-9

SÁNCHEZ GUZMÁN, J.R. *Diccionario del marketing*. Madrid: Acento, 1998.
ISBN 84-483-0307-5

SANTESMASES MESTRE, M. *Términos de marketing. Diccionario-Base de datos*. Madrid: Piràmide, 1996.
ISBN 84-368-0947-5

SERVEI DE NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA DE LA CONC. *Vocabulari de correus i telègrafs*. Barcelona: Comissió Obrera Nacional de Catalunya, DL 1993.

SILLAMY, N. *Diccionario de psicología*. Barcelona: Larousse Planeta, DL 1996. (Referencias. Humanidades)
ISBN 84-8016-150-7

TAMAMES, R. *Diccionario de economía*. Madrid: Alianza, 1988. (Alianza Diccionarios)
ISBN 84-206-5228-8

TERMCAT, Centre de Terminologia. *Diccionari de neologismes*. Barcelona: Edicions 62, 1997.
ISBN 84-297-4253-0

TERMCAT, Centre de Terminologia. *Lèxic d'arts gràfiques i edició*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament d'Indústria i Energia, 1993. (La indústria a Catalunya)
ISBN 84-393-2698-X

TERMCAT, Centre de Terminologia. *Lèxic d'electrònica*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament d'Indústria i Energia, 1995. (La indústria a Catalunya)
ISBN 84-393-3745-0

TOFFLER, B.-A.; IMBERT, J. *Dictionary of advertising and direct mail terms*. New York: Barron's, 1987.
ISBN 0-8120-3765-0

TOFFLER, B.-A.; IMBERT, J. *Dictionary of marketing terms*. 2nd ed. New York: Barron's, 1994.
ISBN 0-8120-1783-8

UNIVERSITAT DE BARCELONA. FACULTAT DE PSICOLOGIA. COMISSIÓ DE NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA. *Vocabulari de psicologia social*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Servei de Llengua Catalana, DL 1998.

UNIVERSITY OF TEXAS AT AUSTIN. DEPARTMENT OF ADVERTISING. *Dictionary of terminology advertising* [En línia]
<<http://advertising.utexas.edu/research/terms/index.html>>
[Consulta: 22/06/98]

VAN DICK, R. *Dictionnaire du marketing et des affaires*. Paris: Eyrolles, 1991.

VILLERS, M.-E. de. *Vocabulaire des imprimés administratifs*. Montréal: Gouvernement du Québec. Office de la langue française, 1979. (Cahiers de l'Office de la langue française. Terminologie de la gestion; 28)
ISBN 2-551-04119-8

VINYES i GASSÀ, T. *Guia pràctica de la publicitat*. Girona: Columna; El Pont de Pedra, 1994.
ISBN 84-8661-234-9

WESTPHALEN, M.H.; PIÑUEL, J.L. *La Dirección de comunicación. Prácticas profesionales. Diccionario técnico*. Madrid: Del Prado, 1993.
ISBN 84-7838-383-2

Obres lexicogràfiques

ALVAR EZQUERRA, M. [ed.]. *Diccionario actual de la lengua española*. Barcelona: Biblograf, 1995. (VOX)
ISBN 84-7153-174-7

Clave: diccionario de uso del español actual. 2ª ed. Madrid: SM, 1997.
ISBN 84-348-5193-8

Collins English dictionary. 3rd ed. updated. Glasgow: Harper Collins, 1994.
ISBN 0-00-470677-3

Diccionari de la llengua catalana. 3a ed. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1993.
ISBN 84-7739-615-9

ENCICLOPÈDIA CATALANA (ed.). *Hiperdiccionari català-castellà-anglès en disc compacte*. Versió 1.0. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1993. 1 cd-rom + 1 manual. (Diccionaris de l'Enciclopèdia)
ISBN 84-7739-630-2

Gran diccionari de la llengua catalana. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1998. (Diccionaris de l'Enciclopèdia)
ISBN 84-412-2790-X

Gran Enciclopèdia Catalana. 2a ed. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1986-1998. 26 v.
ISBN 84-85194-81-0

Gran Enciclopedia Larousse. 2ª ed. Barcelona: Planeta, 1988-1990. 24 v.
ISBN 84-320-7370-9

Gran Larousse català. Barcelona: Edicions 62, 1990-1993. 10 v.
ISBN 84-297-3088-5

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS. *Diccionari de la llengua catalana*. Barcelona; Palma de Mallorca; València: Edicions 3 i 4: Edicions 62: Moll: Enciclopèdia Catalana: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1995.
ISBN 84-412-2477-3; 84-297-3981-5

The New Encyclopaedia Britannica. 15th ed. Chicago [etc.]: Encyclopaedia Britannica, cop. 1989.
ISBN 0-85229-493-X

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*. 21ª ed. Madrid: Espasa-Calpe, 1992.
ISBN 84-239-5978-3

ROBERT, P. *Le Petit Robert: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Paris: Le Robert, 1992.
ISBN 2-85036-186-0

VOX: diccionario general ilustrado de la lengua española. Barcelona: Biblograf, 1987.
ISBN 84-7153-147-X

Webster's third new international dictionary of the English language, unabridged. Springfield, Mass.: Merriam-Webster, 1986.
ISBN 0-87779-201-1