

COMO REFERENCIAR LA BIBLIOGRAFÍA

CITA DE ARTÍCULOS

1º) CITA DE UN ARTÍCULO DE REVISTA ESPAÑOLA CIENTÍFICA

ARRONDO DÍEZ, E. – BERNÉ MANERO, C. – PEDRAJA IGLESIAS, M. – RIVERA TORRES, P. (2001): “Los determinantes de la lealtad al establecimiento detallista de alimentación”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 10 no. 2, Abril, pp.149-160.

2º) CITA DE UN ARTÍCULO DE REVISTA EXTRANJERA CIENTÍFICA

CURRY, D. J. – RIESZ, P. C. (1988): “Prices and price/quality relationships: A longitudinal analysis”, *Journal of Marketing*, vol. 52 no. 1, January, pp.36-51. **SÍ**

CURRY, D. J. – RIESZ, P. C. (1988): “Prices and price/quality relationships: A longitudinal analysis”, *Journal of Marketing*, vol. 52 no. 1, pp.36-51. **SÍ**

CURRY, D. J. – RIESZ, P. C. (1988): “Prices and price/quality relationships: A longitudinal analysis”, *Journal of Marketing*, vol. 52 no. 1, Enero, pp.36-51. **NO**

CITA DE LIBROS

A) ¿Qué es la portada?. No es la carátula sino la parte interior del libro donde figuran los datos completos (que son los que se citan) de los autores y del propio libro (título, editorial, ISBN, lugar y fecha de edición, etc.).

B) Título del libro es el que figura en su portada (no el que figura en la carátula) como los datos de edición están en la contraportada.

DOLAND, R. J. – SIMON, H. (1996): *Power pricing. How managing price transforms the botton line*. The Free Press, New York. **SÍ**

FLETCHER, T. – RUSSELL-JONES, N. (1997): *Value pricing. How to maximine proficts through effective pricing policies*. Ed. Kogan Page, Londres. **SÍ**

FLETCHER, T. – RUSSELL-JONES, N. (1997): *Value pricing. How to maximine proficts through effective pricing policies*. Editorial Kogan Page, Londres. **NO**

CITA DE CAPÍTULOS DE LIBROS

NEL, D. – PITT, L. – WEBB T. (1994): “Using Chernoff faces to portray service quality data” en HOOLEY, G. J. – HUSSEY, M. K. (eds.) *Quantitative methods in marketing*. Academic Press, Londres, cap. 17, pp. 247-256.

Tener presente que puede haber un único editor (ed.)

En algunos libro no existe la figura de editor sino que, en su lugar, existe la figura de coordinador (coord. o bien si son varios coords.)

CITA DE PONENCIAS Y COMUNICACIONES EN CONGRESOS

1º) PONENCIAS EN CD-ROM (SOPORTE INFORMÁTICO)

ÁLVAREZ ÁLVAREZ, B. – DE LA BALLINA BALLINA, F. J. – VÁZQUEZ CASIELLES, R (2000): “La promoción de ventas en un entorno competitivo: Evidencias empíricas en un mercado oligopolístico”, *X Congreso ACEDE*, Oviedo, 3-5 Septiembre.

1º) PONENCIAS EN LIBRO (SOPORTE PAPEL)

BERNÉ, C. – MÚGICA, J. M. – PEDRAJA, M. – RIVERA, P. (1998): “Pricing differentiation in the retail grocery market using consumer’s price information search behavior”, *Proceedings 27th EMAC Conference Marketing Research and Practice*, Per Anderson, Estocolmo, pp.83-103.

CITA DE DOCUMENTOS DE TRABAJO

Su esquema es similar al mencionado para citar un libro

DÍAZ MARTÍN, A. M. – RUIZ VEGA, A. V. - SANTOS VIJANDE, M. L. - VÁZQUEZ CASIELLES, R. (1998): *Utilidad del análisis conjunto para establecer la importancia de las estrategias de calidad en servicios turísticos: Simulación de escenarios alternativos en empresas de turismo rural*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Oviedo, Documento de trabajo 154/98.

CITA DE TESIS DOCTORALES Y OTROS DOCUMENTOS SIN ISBN

Sigue idéntico esquema al explicado para citar un libro

ANDREU SIMÓ, L. (2001): *Emociones y satisfacción del consumidor: Propuesta de un modelo cognitivo-afectivo en servicios de ocio y turismo*. Universidad Jaume I, Castellón de la Plana.

NOTA ADJUNTA:

Cuando existen varios coautores de un documento (libro, artículo, etc.) se pueden citar de dos formas: (i) con guiones separadores (tal como se ha hecho en el presente texto); (ii) con puntos y coma en lugar de los guiones.