

UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE

Facultad de Filosofía y Humanidades

Escuela de Periodismo

Estrategia comunicacional como apoyo para el programa de reciclaje “La basura en su lugar” de la Universidad Austral de Chile

BIBLIOGRAFIA

Tesis para optar al Título de Periodista y al grado de Licenciado en Comunicación Social.

Profesor Patrocinante: Sra. Gladys Mujica Arredondo.

Digna Morales Serazzi

Valdivia Chile 2003

Contenido

Dedicatoria .

1. RESUMEN .

2. INTRODUCCION .

3. MARCO TEORICO . .

4. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION . .

5. PLAN DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL “LA BASURA EN SU LUGAR” .

6. ANALISIS DE LAS CONCLUSIONES DEL CUESTIONARIO .

BIBLIOGRAFIA .

1

ANEXOS .

BIBLIOGRAFIA

- BELTRÁN, E. 1989: "Publicidad en Medios Impresos". México. Editorial Trillas.
- BURGELIN, O. 1974: "La Comunicación de Masas". Barcelona. Editorial Planeta.
- BRIONES, G. 1990: "Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales". México. Editorial Trillas.
- CUDICIO, C. 1992: "PNL y Comunicación, la Dimensión Creativa". Barcelona. Ediciones Granica S.A y Javier Vergara Editor.
- CUDICIO, C. 1992: "Comprender la PNL, Programación Neurolingüística, Herramienta de Comunicación". Barcelona. Ediciones Granica S.A y Javier Vergara Editor.
- DE FLEUR, M. 1970: "Teorías de la Comunicación Masiva". Buenos Aires. Editorial Paidós.
- DEI VAL, A. 1999: "El Libro del Reciclaje, Manual para la Recuperación y Aprovechamiento de las basuras". España. Editorial Integral.
- FEMENIAS, C. 1998: "El Camino de la Basura, Manual de Manejo de Residuos Sólidos en la IX y X Regiones de Chile". Chile. Editorial América Valdivia.
- GONZÁLEZ, J. 1996: "Teoría General de la Publicidad". Madrid. Fondo de Cultura Económica.
- HERNÁNDEZ, R. 1991: "Metodología de la Investigación Social". México. Editorial McGraw Hill Interamericana.
- HIDALGO, C. 1986: "Teoría y Práctica de la Propaganda Contemporánea". Santiago.

Editorial Andrés Bello.

HUGHES, D. 1986: “Mercadotecnia Planeación Estratégica”. México. Editorial Addison Wesley Iberoamericana.

HUNTER, T. 1954: “Nociones de Publicidad”. Madrid. Editorial Aguilar.

ISRAEL, A. 1989: “Publicidad, Técnica y Práctica”. Santiago. Editorial Salesianos.

KELLEY, K. 1991: “La Persuasión en la Comunicación, Teoría y Contexto”. Barcelona. Editorial Paidós.

KOTLER, P. 1992: “Mercadotecnia Social”. México. Editorial Diana.

LÓPEZ, A y Parada, A. 1991: “Introducción a la Psicología de la Comunicación”. Santiago. Editorial Universidad Católica de Chile.

O’GUINN, T. 1999: “Publicidad”. México. Editorial International Thomson.

OPORTO, C. 1991: “Calidad de la Educación Superior en la Universidad Austral de Chile: análisis y diagnóstico para las carreras de Ingeniería Comercial, Pedagogía Básica e Ingeniería en Ejecución en Construcción Naval”. Proyecto de Investigación de la Universidad Austral de Chile. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

QUALTER, T. 1994: “Publicidad y Democracia en la Sociedad de Masas”. Barcelona. Editorial Paidós.

SÁNCHEZ, J. 1993: “Teoría de la Publicidad”. Madrid. Editorial Tecnos S.A.

VILLALOBOS, M. 1998: “Diagnóstico de los hospedajes estudiantiles de la ciudad de Valdivia”. Proyecto de Investigación de la Universidad Austral de Valdivia. Administración de Empresas de Turismo.

WELLS, W. 1996: “Publicidad, Principios y Prácticas”. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México.

WHITEAKER, S. 1990: “Publicidad y Relaciones Públicas”. México. Editorial Diana.