
1. Teoria de la comunicació. Polítiques de comunicació

—Burns, M.; Brügger, N. (eds.) (2012). *Histories of Public Service Broadcasters on the Web*. New York: Peter Lang Publishing.

—Del Valle, C; Moreno, F.J.; Sierra, F. (coords.) (2012). *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana*. Barcelona: Gedisa.

—Lunt, P.; Livingstone, S. (2012). *Media Regulation. Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. London: Sage Publications.

—Serrano, S. (2012). *Comprender la comunicación*. Barcelona: Paidós.

—Siapera, E. (2012). *Understanding New Media*. London: Sage Publications.

2. Tecnologies de la informació i la comunicació

—Callejo, J.; Gutiérrez, J. (coords.) (2012). *Adolescencia entre pantallas. Identidades juveniles en el sistema de comunicación*. Barcelona: Gedisa.

—Curran, J.; Fenton, N.; Freedman, D. (2012). *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge.

—Fernández, L.Á. (2012). *Historia viva de internet. Los años de en.red.ando (1999-2001)*. Barcelona: UOC.

—Hartley, J. (2012). *Digital Futures for Cultural and Media Studies*. Malden, MA & Oxford: Wiley-Blackwell.

—Micó, J.Ll. (2012). *Ciberètica. TIC i canvi de valors*. Barcino.

—Niqui, C. (2012). *Cronologia dels primers 15 anys de l'audiovisual a internet*. Barcelona: UOC.

—Sierra, J. (coord.) (2011). *Retos y oportunidades de la comunicación multimedia en la era del 2.0*. Madrid: Fragua.

—Sobrado, L.M.; Ceinos, C. (2011). *Tecnologías de la información y comunicación*. Madrid: Biblioteca Nueva.

3. Política i sociologia

—Bassets, L. (2012). *El año de la revolución. Los árabes se levantan contra los tiranos*. Madrid: Taurus.

—Giddens, A. (2011). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.

—Held, D. (2012). *Cosmopolitismo. Ideales y realidades*. Madrid: Alianza.

—Klingemann, H.-D. (2012). *The Comparative Study of Electoral Systems*. Oxford: Oxford University Press.

—Koselleck, R. (2012). *Historias de conceptos. Estudios sobre semántica y pragmática del lenguaje político y social*. Madrid: Trotta.

—. (2012). *Modernidad, culto a la muerte y memoria nacional*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

—Martínez, M.; Mella, M. (2012). *Partidos políticos y sistema de partidos*. Madrid: Trotta.

4. Periodisme i premsa

—Checa, A. (2012). *Historia de la prensa andaluza*. Sevilla: Alfar.

—Czarniawska, B. (2012). *Cyberfactories: How News Agencies Produce News*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

—López, E.; Petschen, S. (2012). *Periodismo y poder político. Liderazgo y opinión pública en la construcción de la Unión Europea*. Madrid: Dykinson.

—Medina-Aguerreberre, P. (2012). *Fuentes de información médica*. Barcelona: UOC.

—Rojas, J.L. (2012). *Periodismo deportivo de calidad. Propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Madrid: Fragua.

—Segado, F. (2012). *Un país de chiste. El humor gráfico durante la Transición*. Madrid: Rialp.

—Seib, P. (ed.) (2012). *Al Jazeera English. Global News in a Changing World*. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.

5. Comunicació política

—Alonso, M.A.; Adell, Á. (2011) *Marketing político 2.0. Lo que el candidato necesita saber para ganar las elecciones*. Barcelona: Gestión 2000.

—Canaleta, P. (2011). *100 días, 1 imagen. Cómo crear la imagen de un gobierno*. Barcelona: Episteme.

—Hearn, M.; Ledru, R. (2012). *Présidence de Barack Obama dans la presse internationale*. Paris: L'Harmattan.

—Maarek, P.J. (2012). *La communication politique européenne sans l'Europe. Les élections au Parlement européen de 2009*. Paris: L'Harmattan.

—Sarmiento, X.A. (2012). *Manual de actuación del parlamentario*. Madrid: El Derecho.

6. Publicitat i relacions públiques

—Balas, M. (2012). *La gestión de la comunicación en el Tercer Sector. Cómo mejorar la imagen de las ONG*. Madrid: ESIC.

—Bouton, C.-C.; Yustas, Y. (2012). *Product placement (emplazamiento del producto). La publicidad eficaz*. Madrid: Pirámide.

- Del Fresno, M. (2012). *El consumidor social. Reputación online y social media*. Barcelona: UOC.
- Mahon, N. (2012). *Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Salvador, P. (2011). *El mite de la natura en publicitat*. València: Universitat de València.
- Sánchez, D. (2011). *Fundamentos del ceremonial y del protocolo*. Madrid: Síntesis.
- Torres, P. (2011). *El arte del ruido. Los secretos para obtener repercusión masiva en los medios de comunicación*. Barcelona: Plataforma.
- Túñez, M. (2012). *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Zamora: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

7. Cinema

- Edgar-Hunt, R.; Marland, J.; Rawie, S. (2012). *El lenguaje cinematográfico*. Barcelona: Parramón.
- Falcó, J.L. (2012). *Els compositors de cinema de Catalunya (1960-1989)*. Barcelona: Pórtic.
- Gil, F. (2012). *Españolas en un país de ficción. La mujer en el cine franquista (1939-1963)*. Madrid: Fragua.
- Montero, J.; Paz, M.A. (2012). *Lo que el viento no se llevó. El cine en la memoria de los españoles (1931-1982)*. Madrid: Rialp.
- Palacio, M. (ed.) (2012). *El cine y la transición política española*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Sedeño, A.; Ruiz del Olmo, F.J. (coords.) (2011). *Análisis del cine contemporáneo: estrategias estéticas, narrativas y de puesta en escena*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Tubau, D. (2011). *El guión del siglo 21. El futuro de la narrativa en el mundo digital*. Barcelona: Alba.
- Zumalde, I. (2011). *La experiencia fílmica. Cine, pensamiento y emoción*. Madrid: Cátedra.

8. Ràdio i televisió

- Carreras, N. (2012). *TVE en sus inicios. Estudio sobre la programación*. Madrid: Fragua.
- Casero, A.; Marzal, J. (eds.) (2012). *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Castillo, J.M. (2012). *Teleperiodismo en la era digital*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Cushion, S. (2012). *Television journalism*. London: Sage Publications.
- Francés, M.; Llorca, G. (coords.) (2012). *La ficción audiovisual en España: relatos, tendencias y sinergias productivas*. Barcelona: Gedisa.
- Gallardo, F. (2012). *Lo que nunca muere. La radio nació para quedarse*. La Coruña: Netbiblio.
- Gordon, J. (ed.) (2012). *Community Radio in the Twenty-First Century*. New York: Peter Lang Publishing.
- Orozco, J. (2012). *Radio Nacional de España. Nacida para ganar una guerra*. Madrid: Manuscritos.
- Pecker, C. (2012). *Diccionario técnico de la comunicación audiovisual*. Madrid: Fragua.
- Zheng, L. (2012). *Les chaînes de télévisions culturelles en France et leur public*. Paris: L'Harmattan.

