

Gran parte de los trabajos que se refieren en esta sección se centran en la capacidad del consumidor para distribuir marcas y las de sus productos. Así, cuando se presentan varias marcas de un mismo producto, todas las marcas de un mismo fabricante, presentadas y evaluadas por el consumidor, puede el sujeto discernir un tipo de Coca-Cola de otra marca? Los estudios de este tipo no han sido numerosos. En cambio de ellos, recientes a las décadas de los años 60 y 70, se ha publicado una gran cantidad de trabajos que se refieren al sentido del gusto, los productos más conocidos, más vistos y más presentados. En este sentido, el estudio que se refiere en esta sección de Coca-Cola no presenta diferencias de otros trabajos de comparación de marcas idénticas.

El nivel de los trabajos que se refieren en esta sección se refieren a los estudios de preferencias de los consumidores de un mismo producto de la realización de pruebas con productos nuevos, a fin de evaluar la reacción del público antes de introducirlos en el mercado.

Otro de los métodos de investigación más comunes es el uso de grupos de discusión y grupos de enfoque para conocer la opinión de los consumidores de un mismo producto de la realización de pruebas con productos nuevos, a fin de evaluar la reacción del público antes de introducirlos en el mercado.

A pesar de los muchos estudios dedicados a las pruebas preliminares y a las de evaluación de anuncios, no están hechos, no demuestran la fiabilidad de los métodos, sino que los resultados más personas sin suficiente preparación y los resultados no tienen ningún valor.

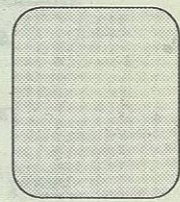
En cuanto a la psicología del consumidor, veamos cómo se realiza la relación entre compradores y vendedores. Si estos últimos quieren saber cómo conocer a sus clientes, saber como transmitir un mensaje, como influir y persuadirlos para que compren la compra. Este conocimiento se obtiene a través de una investigación exhaustiva y costosa. El estudio de la psicología del consumidor es un campo de la psicología que se refiere a la conducta de los individuos en su vida cotidiana, en el momento de las investigaciones de los consumidores, en el momento de la compra y en el momento de la compra.

Los investigadores se refieren a la psicología de los consumidores para conocer determinados aspectos que se refieren a la psicología.

## BIBLIOGRAFIA

Ajzen: Introducción a la teoría de la acción, Imagen Corporativa.  
 Archie Raven, Manual de la Psicología Psicológica.  
 Artas Galicia Fernando, La Motivación, junio 1979.  
 Atanasio F., La Publicidad Hoy: métodos y técnicas, Colección Deusto.  
 Bailez, Robert C., Teoría de la Motivación, Ed. Trillas, México, 1970.  
 Barriga, Silverio, Psicología General, Ed. Laurus, p. 35.  
 Bell, Martin L., Mercadotecnia, Ed. Continental, Sa, Edición, México.  
 Boring Edwin G., Historia de la Psicología Experimental, Ed. Trillas.  
 Braunstein, Nadora, Pasternac, Mayra, Psicología de la Práctica Social,  
 Ed. Siglo XXI, page 261-270.  
 Bravo, Francisco, La Experimentación en la Comportamiento, Ed. Laurus, 1988.  
 Bryan Key, Wilson., Estimulación Subconsciente, Ed. Diana, México 1981.  
 Brewster y Otros, Introducción a la Publicidad, Ed. C.E.O.S.A. México.  
 Cadet, Andre y Cathelat, Bernard, La Publicidad,  
 (Del Instrumento Económico a la Inspección Social),  
 Ed. Hispano Europea, Barcelona España, 1971.  
 Cardona, D. y Berasarte, P.,  
 Biblioteca Júcar, España.  
 Carrandi Ortiz, Gabriel, Teoría y Práctica de la Psicología,  
 Mexicana, Ed. Diana, México, 1985.  
 Castellano, Juan,  
 centrado en el aquí y el ahora, Ed. Herder, 2a. edición, Barcelona, 1980.  
 Chapin, Psicología, Sistemas y Teoría, Editorial T. S. Krawitz, Sa, México.  
 Chesnut, Cyril, La Publicidad en el Mercado, Asociación y difusión,  
 Ed. Hispano Europea, Barcelona, España, 1987.  
 Clark, Eric., La Publicidad y su Rol: Las Técnicas de Persuasión  
 al Consumo, Ed. Planeta, México, 1980.  
 Clay Lindgren, Henry, Introducción a la Psicología Social, México.  
 Cotler, C.N., Appley, M.F., Psicología de la Motivación, Ed. Trillas, México,  
 Ed. Trillas, México.

# Bibliografía



## BIBLIOGRAFIA

- Apuntes: Introducción a la teoría de la Imagen; Imagen Corporativa.
- Ardila Ruben, Manual de la Psicología Fisiológica.
- Arias Galicia Fernando, La Motivación, junio 1979.
- Aítanasio F., La Publicidad Hoy (métodos y técnicas), Colección Deusto.
- Baller, Robert C., Teoría de la Motivación, Ed. Trillas, México, 1973.
- Barriga, Silverio, Psicología General, Ed. Limusa. p.25.
- Bell, Martin L., Mercadotecnia, Ed. Continental, 5a. Edición, México.
- Boring Edwin G., Historia de la Psicología Experimental, Ed. Trillas.
- Braunstein Nestora, Pasternac Marcelo, Benedito by Fruda saal,  
Ed. Siglo XXI, pags. 261-270.
- Bravo, Francisco, La Experiencia en la Comunicación, Ed. Limusa, 1988.
- Brayan Key, Wilson., Seducción Subliminal, Ed. Diana, México 1991.
- Brewster y Otros, Introducción a la Publicidad, Ed. C.E.C.S.A. México
- Cadet, Andre y Cathelat, Bernard, La Publicidad  
(Del Instrumento Económico a la Institución Social),  
Ed. Hispano Europea, Barcelona España, 1971.
- Cardona, D. y Berasarte, R.F., Lingüística de la Publicidad,  
Biblioteca Jucar, España, 1979.
- Carrandi Ortiz, Gabino., Testimonio de la Televisión  
Mexicana. Ed. Diana, México, 1986.
- Castañedo Secadas Celedonio, Terapia Gestalt: Enfoque  
centrado en el aquí y el ahora, Ed. Herder, 2a. edición, Barcelona, 1988.
- Chaplin, Psicología, Sistemas y Teorías, Editorial T.S. Krawiec, 3a. Edición.
- Chessex, Cyril, La Publicidad en el Banquillo; Acusación y defensa,  
Ed. Hispano Europea, Barcelona, España, 1967.
- Clark, Eric., La Publicidad y su Poder, Las Técnicas de Provocación  
al Consumo, Ed. Planeta, México, 1989.
- Clay Lindgren, Henry, Introducción a la Psicología Social, México, 1980.
- Cofer, C.N., Appley, M.H., Psicología de la Motivación; Teoría e Investigación,  
Ed. Trillas, México.

- Cohen, Dorothy, Publicidad Comercial, Ed. Diana, México, 1989.
- Cook, Harvey R., La Selección de Medios Publicitarios,  
Ed. Diana, México, 1984.
- Crawford John, Publicidad, Ed. Union Tipográfica, Ed. 1a. México, 1972.
- Crawford, John W, Publicidad, Biblioteca de Altos Estudios Comerciales.
- Cueli José, Reidl Lucy, Teorías de la Personalidad, Ed. Trillas,  
México, 1983, 10a. Edición.
- Cummings, L.L., Y Schwb, Donald P., Recursos Humanos:  
Desempeño y Evaluación.
- Darwin Cartwright, Alvin Zander, Dinámica de Grupos;  
Investigación y Teoría, pp. 440-47.
- Dirksen Charles J y Kroeger Arthur, Principios y Problemas  
de la Publicidad, Editorial Continental,  
México, 1981. pags: 23,103,143-146.
- Dondis, D.A., La sintáxis de la Imagen, Ed. Gustavo Gilli,  
Diseño, México-Barcelona, 1976.
- Duran, Alfonso, Psicología de la Publicidad y de la Venta,  
Ed. CEAC. España, 1989.
- Evans Phil, Motivación, Psicología-Básica,  
Editorial Peter Herriot Continental S.A.,
- Ferrer Eulalio, La Publicidad: textos y conceptos, Ed. Trillas, México 1980.
- Ferrer, Eulalio, El Lenguaje de la Publicidad en México,  
Ed. Eufesa, México 1968.
- Ferrer, Eulalio, El Publicista (Testimonio y Mensaje),  
Ed. Trillas, México, 1980.
- Ferrer, Eulalio, La Historia de los Anuncios por Palabras,  
Ediciones de Comunicación. S.A. de C.V., México 1987.
- Ferrer, Eulalio, Por el Ancho Mundo de la Publicidad,  
Ed. Eufesa, México 1970.
- Fingerman Gregorio, Relaciones Humanas, Ed. Ateneo S.A., pag. 44.
- Frank Gerald A., Fundamentos de Psicología,  
Ediciones Jhon Wily o' Sons Inc. 8a. reimpresión, 1977.

- Garrido Fernandez, R., El Marketing, Ed. Limusa, México 1990.
- Gellerman Saul W., Motivación y Productividad,  
Ed. Diana, 1a. Edición, pp. 113-119.
- Gellerman Saul W., Relaciones Humanas,  
Ed. Diana, 1a. Edición, pag. 113-119.
- Gilmer B. Von, Psicología General, Ed. Tierra Firme, 1984.
- Gilmer Von Halhr B., Psicología General, Ed. Harla. pp. 210.
- Gist Ronald, Mercadotecnia; Introducción y Principios,  
Editorial Interamericana, México, 1973.
- Givaudan, Victor, "Marketing News", Revista periodica, Año 3 número 2,  
Reproducciones Prismacolor, México, D.F., marzo- abril 1991.
- Gonzalez Llaca, Edmundo, Teoría y Práctica de la Propaganda,  
Tratados y Manuales Grijalbo, México 1981.
- Gonzalez Treviño, Jorge, Televisión: Teoría y práctica,  
Ed. Alhambra Mexicana S.A., México, 1983.
- Guajardo, Horacio, Teoría de la Comunicación Social,  
Editorial Plata S.A., México 1970.
- Guinsberg, Enrique, Publicidad Taller de Investigación  
Para la Comunicación Masiva (TICOM), Ed. Trillas, México 1980.
- Hampton R. David, Administración, Ed. McGraw Hill.
- Hayten Peter, El Color en la Publicidad y Artes Gráfica, Ed. del Arte, Pp.63.
- Hayten, Peter, Armonigraf, Ed. L.E.D.A. Las Ediciones del Arte,  
Barcelona-España.
- Holtje, Herbert F., Publicidad, Ed. Mc. Graw Hill,  
Serie Schaum, México 1981.
- Holtje, Publicidad: Teoría y Problemas Resueltos, Editorial Andes, 1982.
- Honey Karen, El nuevo Psicoanálisis,  
Fondo de Cultura Económica, México 1939.
- Howar, John A., Estructura de la Conducta del Comprador,  
Ed. J.V. Farley, Boston 1974.
- Jones, William, El Arte de la Manipulación, Ed. Sayrols, México 1987.
- Karger, D.M., Que es y Para que (La Publicidad), Ed. Indéx, México 1975.

Kissen Morton, Dinámica de Grupo y Psicoanálisis de Grupo.  
 Klaumeier Herbert Jhon, Psicología Educativa, pp.205-09.  
 Kleppner's, Otto, Publicidad, Ed. P.H.H., México, 1989.  
 Koontz Harold, Weihrich Heinz, Administración, Editorial McGraw-Hill.  
 Kotler Philip, Dirección de Mercadotecnia; Análisis, Planeación y control,  
 Editorial Diana, 3a. Ed.  
 Kotler Philip, Elementos de Mercadotecnia, Ed. Diana  
 Koppers, Harold., Fundamento de la Teoría de los Colores,  
 Ed. Gustavo Gili, S.A., México-España, 1982.  
 Lawwer y Porter, Teoría de las Expectativas.  
 Liberman, David, Comunicación y Psicoanálisis,  
 Alex Editor, Buenos Aires 1978.  
 L.L. Cummings, Shawab Donald, Recursos Humanos,  
 Editorial Trillas, Pag.39-40.  
 Mann, Leon, Elementos de Psicología Social, Ed. Limusa, México, 1979.  
 Marmori, Giancarlo, Iconografía Femenina y Publicidad,  
 Ed. Gustavo Gili, S.A. Colección Punto y Línea, España 1977.  
 Mayer, William, Los Creadores de Imagen, Ed. Planeta, México 1990.  
 Mc David, Jhon, Psicología y Conducta Social.  
 Mc. Quaig, Jack H., Como Motivar a la Gente  
 (Problemas y Procedimientos), Logos Consorcio  
 Editorial, S.A. México 1976.  
 Mc. Quail Denis, Psicología Social; Comunicación de Masas, Ed. Trillas  
 Melnik, Luis, Juicio a la Publicidad, Schapier Editor, Argentina.  
 Minor, Frye, Publicidad, Editorial McGraw Hill, México, 1982. Pag. 53 a 62.  
 Moyly George, Psicología para la enseñanza, pp. 312 a 313.  
 Mucchielli, Roger, Psicología de la Publicidad y de la Propaganda,  
 Ediciones Mensajero, España 1977.  
 Murillo Soria, Relaciones Humanas, Ed. Limusa.  
 Nacher, Enrique, Proceso a la Publicidad, Plaza & Janes S.A.  
 Editores, España 1977.  
 Napier W. Rodney, Gershenfeld Matti K., Grupos: Teoría y Experiencia,  
 Ed. Trillas.

Newcomb, Theodore M., Manual de Psicología Social, Tomo I,  
 Ed. Universitaria de Buenos Aires.  
 Nordarse, S.J., Sociología, Compañía General de Ediciones, 1063.  
 Ortiz, Georgina, El Significado de los Colores, Ed. Trillas, México 1991.  
 Oschmann, Carl-Dieter, La Publicidad como Medio  
 para Promover las Ventas, Ed. Sagitario S.A. España 1967.  
 Packard, Vance, Las Formas Ocultas de la Propaganda, Ed. Sudamericana.  
 Pakke, H., Droge, F.N., Lerg, W.B., Schmolke, M.,  
 Comunicación Social. Introducción a la Publicística Funcional,  
 Akal Editor, España 1977.  
 Paola Bolio, Antonio y Gonzalez Cesar, Comunicación Publicitaria,  
 Ed. Trillas, México 1988.  
 Parramon, Jose Maria, Publicidad Técnicas y Prácticas,  
 Colección "Aprender Haciendo", México 1980.  
 Pearson, John y Turner, Graham, La Industria de la Persuasión,  
 Oikos-Tau S.A. Barcelona 1968.  
 Penianiau G., Semiótica de la Publicidad,  
 Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1989.  
 Perez Tomero J.M., La Semiótica de la Publicidad,  
 Ed. Mitre, Barcelona, España, 1982.  
 Perlman, D., Cozby, P.C., Psicología Social, Ed. Interamericana, 1985.  
 Ramirez Santiago, El Mexicano: Psicología de sus Motivaciones,  
 Ed. Grijalbo, 1977.  
 Rangel Hinojosa, Monica, Comunicación Oral, Ed. Trillas, 1983.  
 Rdo Rodriguez Arnoldo, Psicología Social,  
 Ed. Trillas, 2a. Edición, Pag. 444-450.  
 Reyes Ponce Agustin, Administración por Objetivos,  
 Ed. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.  
 Rodriguez Estrada Mauro, Psicología de la Organización,  
 Ed. Trillas, México, D.F. 1978.  
 Rodriguez Estrada, Mauro, Manual de Creatividad;  
 Los procesos psicicos y el desarrollo, Ed. Trillas, 1989.

- Rodriguez, Arnoldo, Psicología Social, Ed. Trillas, México, 1983.
- Rusel, Dale, El Libro del Azul, Biblioteca del Color,  
Gustavo Gili, S.A. México-Barcelona 1990.
- Russell, Dale, El Libro del Amarillo, Biblioteca del Color,  
Gustavo Gili, S.A. México-Barcelona 1990.
- Russel, Dale, El Libro de los Colores Pastel, Biblioteca del Color,  
Gustavo Gili, S.A. México-Barcelona 1990.
- Russel, Dale, El Libro del Rojo, Biblioteca del Color,  
Gustavo Gili, S.A. México-Barcelona 1990.
- Salazar, Jose Miguel y otros, Psicología Social, Ed. Trillas, México, 1984.  
Estudios del Tercer Mundo, Comunicación, Ed. C.E.E.S.T.E.M., Vol. 3.
- Sanchez Gonzalez, Yadira, El cartel (monografía), México, 1988.
- Schoeller Guy, Gran Enciclopedia Universal Quid,  
Promociones Editoriales Mexicanas, S.A. de C.V. Pags: 10-11-18-19.
- Seiden, Hank, Publicidad Llana y Simplemente,  
Ed. Tecnica, S.A. México 1978.
- Selecciones del Reader's Digest, Los Porques de la Mente Humana,  
México-Nueva York 1991.
- Selecciones del Reader's Digest, Vida y Psicología,  
México- Nueva York 1987.
- Serrano, Sebastian, La Semiótica  
(una Introducción a la Teoría de los Signos).,  
Ed. Montesinos, Biblioteca de Dibulgación Tematica, España 1983.
- Siegel Laurence, Lone Irving, Psicología de las Organizaciones Industriales,  
Ed. C.E.C.S.A., 3a. Edición, pag. 436-443.
- Sikula Andrew F., Administración de Personal, Ed. Limusa.
- Stanton William, Fundamentos de Mercadotecnia,  
Ed. McGraw- Hill, U.S.A., 1984.
- Swartz, Paul, El estudio de la Conducta, Editorial Continental S.A., México.
- Tallon Garcia Jose, Diálectica Informática de la Publicidad,  
Ed. Dossat S.A., pp. 70-111.
- Trout Jack, Posicionamiento, Ed. McGraw-Hill, Ed. Unica.

- Turnbull, Arthur T. y Russell, N., Comunicación Gráfica,  
Ed. Trillas, México 1968.
- Velilla Dr. Martin, Psicoanálisis del Comercial de T.V.,  
Ed. Hispano Europea, España 1970. pp. 97,163,164.
- Victroff David, La Publicidad y la Imagen, Ediciones G. Gili, S.A.
- Vidales, Ismael, Psicología General, Editorial Limusa, México 1978.
- Villarreal Macias, Rogelio, Perez Oronoz Juan Mario,  
Federación Editorial Mexicana, 1a. Edición, octubre, 1979.
- Von Holzschuher, Ludwing Perreiherr, Psicología de la Publicidad,  
Ed. Rialp S.A., Madrid-México-Buenos Aires, 1966.
- Vroom Victor h., Deci Eward L., Motivación y Dirección,  
Ed. Trillas. pp. 146-147.
- Watson, Dunn S., Publicidad. Su papel en la Mercadotecnia Moderna,  
Ed. Union Tipográfica, México, 1980.
- Watts, Reginald, La Nueva Publicidad, Oikos-Tau, S.A.  
Ediciones, España 1974.
- Whittaker, James O., La Psicología Social en el Mundo de Hoy,  
Ed. Trillas, México, 1980. pp.203
- Wittaker James, O., Psicología, Editorial Interamericana, 1977.
- Wolman Benjamin B., Teorias y Sistemas Contemporaneos en Psicología.
- Young, Ky Otros, La Opinión Pública y la Propaganda,  
Ed. Paidos Studios, 1990.

Russel Dale, El... Ed. Trillas México 1978

Gustavo Gili S.A. México-Haroldo...

Villalón Ix. Martín, Psicología del Comportamiento del Comportamiento de TV...

Gustavo Gili S.A. México-Haroldo...

Victor David, La Libertad y la Injusticia, Ediciones G. Gili S.A.

Vidalía Jaramel, Psicología General, Editorial Trillas, México 1978

Villalón Ix. Martín, Psicología General, Editorial Trillas, México 1978

Federación Editorial Mexicana, La Educación, Editorial Trillas, México 1978

Van Holst, Psicología General, Editorial Trillas, México 1978

Ed. Trillas S.A. México-Haroldo...

Victor David, La Libertad y la Injusticia, Ediciones G. Gili S.A.

Sandoz, Editorial Trillas, México 1978

Ed. Trillas, pp. 146-147

Wilson David S., Psicología, su papel en la modernización, Editorial Trillas, México 1978

Ed. Trillas, México 1978

Watts, Ronald, La Nueva Psicología, Ojos-Tan S.A.

Ediciones, España 1974

Wittaker, James G., La Psicología Social en el Mundo de Hoy, Ed. Trillas, México 1980, pp. 303

Wittaker, James G., Psicología Social, Editorial Intencional, 1977

Wolman Benjamin B., Teoría y Sistemas Contemporáneos en Psicología, Ed. Trillas, México 1978

Young K. y Otros, La Opinión Pública y la Propaganda, Ed. Trillas, México 1978

Ed. Trillas, México 1978

Stanton William, Fundamentos de Psicología, Ed. McGraw-Hill U.S.A. 1984

Swartz, Paul, El estudio de la Conducta, Editorial Continental S.A., México

Tallon García José, Dialectica Informatica de la Psicología, Ed. Dossat S.A., pp. 70-111

Trout Jack, Posicionamiento, Ed. McGraw-Hill S.A. Unica

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- RAMIRERZ SANTIAGO, PSICOLOGIA DE LAS MOTIVACIONES, PAG. 16.
- 2.- SPERLING D. ABRAHAM, PSICOLOGIA SIMPLIFICADA, PAG. 96.
- 3.- Ibid PAG. 99.
- 4.- Ibid PAG. 39.
- 5.- BARRIGA SILVERIO PSICOLOGIA GENERAL, PAG. 202.
- 6.- Ibid
- 6.- MALETZKE GERARD PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION SOCIAL, PAG. 18.
- 7.-Ibid, PAG.20
- 8.- COFER M.A., PSICOLOGIA DE LAS MOTIVACIONES, PAG. 307.
- 9.- Ibid PAG. 316.
- 10.- SALAZAR, MONTERO Y OTROS, PAG. 132.
- 11.- WOLF MAURO, LA INVESTIGACION EN LA COMUNICACION DE MASAS, PAG. 58.
- 12.- Ibid PAG. 128.
- 13.- CASTANEDA SECADAOS, TERAPIA GESTALT, PAG. 26.
- 14.- Ibid PAG. 44.
- 15.- Ibid, PAG. 45.
- 16.- FORGUS, RONALD H. PAG. 141
- 17.- Ibid, PAG. 308.
- 18.- MCLUHAN, TEORIA DE LA IMAGEN, PAG. 19.
- 19.- Ibid, PAG. 22.

