

- Manning, John: An analysis of the modern advertisement and its resources. New York 1901.
- Mares, Geo. C.: Advertising that tells. London.
- Markenschutz und Wettbewerb. Monatsschrift. Seit 1901. Herausgegeben von Martin Wassermann. Berlin - Wilmersdorf, Dr. Walther Rothschild. 4°. Jährlich 16 *ℳ*.
- Mataja, Dr. Victor: The economic value of advertising. In: The International Quarterly. Burlington N. Y. Vol. VIII, Dezember 1903 bis März 1904.
- Menschen und Tiere als Reklamemittel. In: Österreichische Rundschau. Wien. 1. Dezember 1907.
- Die Reklame. Eine Untersuchung über Ankündigungswesen und Werbetätigkeit im Geschäftsleben. Leipzig 1910, Duncker & Humblot. VI, 489 S. Gr. 8°. 10 *ℳ*, geb. 11.20 *ℳ*.
- Mayer, Dr. Hans: Der unlautere Wettbewerb. Stuttgart 1909, Muth. 48 S. gr. 8°. 1 *ℳ*.
- Mermet, E.: La publicité en France. Histoire et jurisprudence. Paris 1879. — Guide manuel. 3. édition. Paris 1880. Geb. 5 fr.
- Metzner, Alfred: Reklame im Buchhandel. Beobachtungen und Anregungen. Berlin-Schöneberg 1909, Verlag der Buchhändler-Warte. 30 S. 8°. 1 *ℳ*.
- Meyer, Richard M.: Zur Terminologie der Reklame. In: Zeitschrift für deutsche Wortforschung. Strassburg i. E. Februar 1902.
- Milroy, E. A. W.: Advertising agents and advertisers. A legal handbook. London 1906.
- Mitchell & Co.'s Newspaper Press Directory and Advertisers Guide. London, seit 1846 jährlich, C. Mitchell & Co. Lexikon-8°. 2 sh.
- Müser, Justus: Etwas zur Verbesserung der Intelligenzblätter (1768). In: Patriotische Phantasien. 1. Teil. Berlin 1868, Nicolai. S. 260—262.
- Moor, Reklamechef Hans Heinz: Reklame-Lexikon. Neue Ideen für moderne Reklame. Vorschläge, Ratschläge, Anregungen und Tricks zur unmittelbar praktischen Verwertung, unterstützt durch Beispiele und Muster. Kattowitz, Phönix-Verlag, 1908. VII, 268 S. kl. 8°. geb. 27 *ℳ*; ermäßigter Preis 9,50 *ℳ*.
- Moran, Clarence: The business of advertising. London 1905.
- Morison, Fr. R.: Banking Publicity. New York 1904.
- Morton, Turner: The art of the advertiser. In: Pearsons Magazine. London 1905.
- Berichtet über gelungene Reklameveranstaltungen.
- (Mosse.) Festschrift zur Feier des 25jährigen Bestehens der Annoncen-Expedition Rudolf Mosse. Zum 1. Januar 1892 gewidmet von deren Geschäftsführern. Berlin 1892.
- Mosselmans, Paul: La publicité. Bruxelles 1908.
- Munzinger, Dr. Ludwig: Die Entwicklung des Inseratenwesens in den deutschen Zeitungen. Heidelberg 1902, Karl Winter. VII, 90 S. gr. 8°. 2,40 *ℳ*.
- Murray, siehe Selling.
- Musgrove (E. St. Elmo Lewis): Publicity for printers. Winchester 1899.
- The National Advertiser. Wochenblatt. New York.
- Neubauer, R.: Der Arbeitsmarkt in der Presse zu Frankfurt a. M. vom 1. X. 1900 bis 30. IX. 1901. (Probleme der Fürsorge. Abhandlungen der Zentrale für private Fürsorge in Frankfurt a. M.) Dresden 1905, O. V. Böhmert.
- Neues Inseraten-Adressbuch. 2., vermehrte Ausgabe. Chemnitz 1906, H. Thümmler. 4 *ℳ*.
- Neumann-Hartmann, F. W.: Über das sogenannte Intelligenz-wesen, mit besonderer Beziehung auf unser Vaterland. (In: Alt-preussische Monatsschrift. Neue Folge. Herausgegeben von R. Reicke und E. Wichert. 6. Band. 2. Heft. Königsberg 1869. 8°.)
- Nicklisch, Dr. H.: Organisation des Inseratenteils einer Tageszeitung. In: Zeitschrift für Handelswissenschaft und Handelspraxis. Leipzig, Poeschel. 1909. Heft 2.
- Obrecht, Robert: Der sichere Weg zum erfolgreichen Inserieren. Wiedlichbach.
- Öfler, Richard: Die Reklame der Maschinenfabriken und verwandter Betriebe. Mit 57 Illustrationen. (Handbuch des modernen Reklamewesens der bedeutendsten Industrien. Unter Mitwirkung von Fachleuten herausgegeben von Karl Erdmann. Teil I.) Leipzig 1903, Karl R. Vogelsberg. 24 S. 4°. und Beilagen.
- Old fashioned advertising. (Von R. B.) In: The Gentleman's Magazine. London. Mai 1898.
- Organisation. Zeitschrift für praktische Geschäftsführung, Reklame und Plakatkunst. Seit 1899. Berlin, Hans Th. Hoffmann. Jährlich 9 *ℳ*.
- Osterrieth, A.: Zur Reform des Gesetzes betr. unlauteren Wettbewerb. In: Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht. 1908. Band 62.
- Page, E. T.: Advertising. New York, Chicago und London 1903.
- Palmer, H. J.: The march of the advertiser. In: Nineteenth Century. London. Januar 1897.
- Paquet, A.: Das Ausstellungsproblem in der Volkswirtschaft. Jena 1908, Gustav Fischer. 353 S. mit 1 Plan. gr. 8°. 9 *ℳ*.
- Pettengill, S. M.: Advertisers handbook. List of newspapers, periodicals and magazines published in the United States and British possessions. New York, seit 1870 jährlich.
- Pfau, K. Fr.: Handbuch der kaufmännischen Organisation. 2. Aufl. Leipzig 1904, Fr. Zocher. 3 Bände. 22 *ℳ*.
- Enthält im 1. Band: Die Reklameabteilung.
- Die Reklame des Sortimenters. Leipzig 1894, L. Hamann. 39 S. 12°. 1,50 *ℳ*.
- Die Reklame des Verlegers. Leipzig 1895.
- The Philosophy of Advertising. In: The Yale Review. New Haven. November 1899.
- Photography in advertising. In: The Photo-Miniature. New York. Juni 1904.
- Piéto: Guide de l'affichage. Étude comprenant le texte et les commentaires de la loi sur l'affichage du 26 décembre 1890 et le règlement d'administration publique du 18 février 1891. Paris 1893. 16°. 1,50 fr.
- Platzhoff-Lejeune, Dr. Eduard: Die Reklame. Mit 4 Tafeln. (Kunst und Kultur. Einzelarbeiten zur Einführung in das Verständnis unserer Zeit. Herausgegeben von Prof. Dr. W. v. Öttingen. Nr. 4.) Stuttgart 1909, Strecker & Schröder. 74 S. kl. 8°. Kart. 1,60 *ℳ*.
- Plocque, Auguste: De la concurrence déloyale par homonymie. Paris 1892, L. Larose. 8°. 2 fr.
- Poeschl, Heinrich: Die Praxis des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb. 1903.
- Der unlautere Wettbewerb in Handel und Gewerbe. 1901.
- Pollard, A. W.: Early book advertisements. Zu: The Bibliophile. London. März 1908.
- Potter, Frans de: De Advertentie in the Nieuwsbladen. Gent 1879. [Zwei Abteilungen, unvollständig.]
- Powell, G. H.: Practical Advertiser. New York 1905.
- Powers, John O.: Advertising. In: Annals of the American Academy of political and social science. 1903.
- Pratt: Advertising manual. (Amerika) 1909.
- The press and the advertiser. In: Truth. London. 27. März 1907.
- Printers Ink. Wochenschrift. Herausgegeben seit 1888 von P. Rowell & Co. in New York. Eigene Ausgabe in London (seit 1909).
- Profitable Advertising. Zeitschrift. Boston 1891—1908. Monatlich. Jährlich 12 *ℳ*.
- Les Programmes Illustrés des Théâtres et des Cafés-Concerts. Siehe Maindron.
- Progressive Advertising and Out-door Publicity. Zeitschrift. London.
- Propaganda. Zeitschrift für das Reklame-, Inseraten-, Plakat-, Ausstellungs-, Offerten-, Adressen- und Zeitungswesen. Mit den Beilagen: Internationale Plakat-Galerie. Mitteilungen über Insertionsmittel. Herausgegeben von Robert Exner. Berlin 1897—1901. Konrad Skopnik. 4°. Jährlich 24 *ℳ*.
- La Publicité. Zeitschrift. Paris. Seit 1903.
- La Publicité moderne. Zeitschrift. Paris. Seit 1905. Jährlich 5 fr.
- Publicity. An essay on advertising. By an adept of 35 years experience, ex-Sheriff M. P. Illustrated. London 1878.
- Räber, Jos.: Die gewerbliche Reklame. 2. Aufl. Luzern 1886.
- Rath, Phil.: Künstlerische Inseratenreklamen. In: Zeitschrift für Bücherfreunde. Leipzig. März 1899.
- Reid, A.: History in advertisements. In: Fortnightly Review. London. Oktober 1899.
- Reineck, Th.: Verzierte farbige Alphabete. Vorlagen für Firmenschreiber. 2. Aufl. 1888. 3. Aufl. Leipzig 1896, B. Fr. Voigt. Folio. 10 *ℳ*.
- Die gebräuchlichsten Firmenschriften. 28 Tafeln. 3. Aufl. Leipzig 1902, B. Fr. Voigt. Folio. 8 *ℳ*.
- Moderne Lackschriften. Leipzig 1908, B. Fr. Voigt. 5 *ℳ*.
- Moderne Plakat- und Reklameschriften. Leipzig 1903, B. Fr. Voigt. 6,75 *ℳ*.
- Moderne Schriften. Vorlagen für Firmenschreiber. 2. Aufl. Leipzig 1907, B. Fr. Voigt. Gr. 4°. 6 *ℳ*.
- Vorlegeblätter für Firmenschreiber, Architekten, Bild- und Steinhauer. 2. Aufl. 1879. 3. Aufl. Leipzig 1895, B. Fr. Voigt. 9 *ℳ*.
- Die Reklame. Monatsschrift (zeitweilig Halbmonatsschrift) für praktische Geschäftsreklame. Herausgegeben von Robert Exner. 1. Jahrgang 1891. Zittau. Gr. 4°. Jährlich 6 *ℳ*, später 10 *ℳ*. Erschien einige Jahre in Zittau, dann bis 1900 in Berlin.
- Reklame, Moderne. Zeitschrift für das Reklame-, Inseraten- und Zeitungswesen. 1. Jahrgang 1902. 2. Jahrgang 1903. 3. Jahrgang 1904. Je 12 *ℳ*.
- Der Reklame-Anwalt. Leipzig. Zeitschrift, auch als Beilage zu: Der Österreichische bzw. Deutsche Kaufmann. Prag und Berlin, seit 1907. 24 Hefte. 12 *ℳ*.
- Der Reklame-Berater. Beiblatt der Fachzeitung Der Kaufmann. Teplitz.