

BIBLIOGRAFÍA

1. AAKER, DAVID A. Y GEORGE S. DAY
Investigación de mercados. Mc. Graw-Hill / Interamericana de México, S.A., México 1989, 2ª. Edición. Esp.
2. KOTLER, PHILIP
Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y Control.
Pretince - Hall Hispanoamericano S.A., México, 1993
3. KOTLER PHILIP y ARMSTRONG GARY
Mercadotecnia, sexta edición, Ed.Pretince Hall, México, 1996
4. LAMBIN, JEAN - JACQUES
Marketing Estratégico. Mc. Graw-Hill / Interamericana de España S.A. 1997
5. MALHOTRA, NARESH K.
Investigación de Mercados: Enfoque práctico. Pretince - Hall Hispanoamericano S.A., México. 1997
6. PORTER MICHAEL
Ventaja Competitiva. Compañía Editorial Continental S.A. CECSA. México, 1997

Ser Competitivo. Editorial Deusto, España, 1996

Estrategia Competitiva. Editorial Continental, México, 1998
7. STANTON WILLAM – ETZEL MICHAEL – WALKER BRUCE
Fundamentos de Marketing. Novena edición, Editorial McGraw – Hill, México, 1992
8. WILENSKY, ALBERTO LUIS
Marketing Estratégico: Enfoque Simbólico de la Demanda y Clase Real del Negocio. Tesis, S.A., Bs. As. - Argentina 1996
9. ZORRILLA SANTIAGO – TORRES MIGUEL
Guía para elaborar tesis. Editorial McGraw – Hill, México, 1992

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

1. FRED DAVID

Dirección Estratégica,

books.google.com/books/about/Conceptos_de_administración_es

2. Dirección Estratégica

<http://www.monografias.com/cgi-bin/search.cgi?query=direccion%20estrategica>

3. Evaluación posicionamiento y plan estratégico reposicionamiento

<http://www.monografias.com/trabajos91/evaluacion-posicionamiento-y-plan-estrategico-reposicionamiento/evaluacion-posicionamiento-y-plan-estrategico-reposicionamiento.shtml>

4. Definición de publicidad

<http://es.alhea.com/ego.es11/search/web?fcoid=417&fcop=topnav&fpid=27&q=definicion%20de%20publicidad&q1=&gclid=CNKQno-2sLoCFenm7AodDB8APA>