

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- ✓ SAMPIERI HERNANDEZ, Roberto; Metodología de la Investigación, Cuarta Edición, México, Enero 2008.
- ✓ LADRON DE GUEVARA, Laureano; Metodología de la investigación científica, Universidad de Santo Tomas, Bogota, 1978.
- ✓ KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary; fundamentos de Marketing, Octava Edición, México, Septiembre 2008.
- ✓ KOTLER, Philip; Dirección de Mercadotecnia, Prentice-hal, Séptima Edición, 1993.
- ✓ MALHOTRA, Naresh ; Investigación de Mercados, Prentice - Hall, Segunda Edición. 1997.
- ✓ LAMBIN, Jacques- Jean; Marketing Estratégico, Universidad Católica de Loviana, Tercera Edición, Colombia, Febrero, 1998.
- ✓ BRAIDOT, Néstor; Marketing Estratégico, Edición, Macchi, Argentina.
- ✓ STAINER, George; Planeación Estratégica, Edición. CECSA, Mexico, 1983.
- ✓ KOONTZ , H; Estrategia, planificación y control 1999
- ✓ HIEBING, Roman G, COOPER Scout W; Cómo preparar el exitoso plan de mercadotecnia, Editorial McGraw Hill Interamericana, 1992

Páginas Web:

[www.google.com](http://www.google.com); Centro Europeo de Empresas e Innovación  
[www.navactiva.com](http://www.navactiva.com); Plan de Marketing Estratégico  
[www.dequate.com/infocentros/gerencia/admon/porter.htm](http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/admon/porter.htm)