BIBLIOGRAFÍA

1. FLEITMAN, JACK — Evaluación Integral, México, 1995, ED. McGRAW-HILL, S.A.
2. FRED R. DAVID — Conceptos de Administración Estratégica, 5ª Ed., México, Edit. Prentice-Hall , S.A.1997
3. JONSON, GERRY- SCHOLES KEVAN — Dirección Estratégica, 2º Ed., Edit. Prentice-Hall
4. KOTLER PHILIP — Dirección de Marketing, Edit., Prentice-Hall S.A.
5. KOTLER PHILIP, ARMSTRONG GARY — Marketing, 10ª Ed., Edit. Prentice-Hall, S.A.
6. KOTLER PHILIP, ARMSTRONG GARY — Fundamentos de Marketing, 6ª Ed., Edit. Pearson Education, 2003.
7. KOTLER PHILIP, KELLER KEVIN LANE — Dirección de Marketing, 12 Ed., Edit. Pearson Education, 2006.
8. LAMBIN JEAN-JACQUES — Marketing Estratégico, 3ª Ed., Colombia, Edit. McGraw-Hill S.A., 1998.
9. LUCHESSA, HECTOR; CASTRO PODESTA, JAIME — Diagnostico, México, 1973, ED. Garamond S.C.A.
10. PETER, J. PAUL; DONNELLY, J.R. JAMES H. — Administración de Marketing, 3ª Ed., 1997.