

BIBLIOGRAFÍA

- 1. PHILIP KOTLER & GARY ARMSTRONG;** Fundamentos de marketing, edit. Pearson, edición décima tercera edición.
- 2. JEAN – JACQUES LAMBIN;** Marketing Estratégico; décima tercera edición.
- 3. LAMB, Charles W.; HAIR Joseph F. & McDANIEL Carl.** Marketing; México, Editorial Cengage Learning, 11° Edición, 2013.
- 4. MICHAEL R. SOLOMON;** Comportamiento del consumidor, edit. Pearson, séptima edición.
- 5. GERRY JOHNSON Y KEVAN SCHOLLES;** Dirección estratégica.
- 6. NARESH K. MALHOTRA;** Investigación de Mercados, edit. Pearson, segunda edición.
- 7. MCCARTHY/ PERREAULT;** Marketing planeación estratégica de la teoría a la práctica, 11ª. Edición.
- 8. C. TORRES BARDALES;** orientaciones básicas de metodología de investigación científica.