

BIBLIOGRAFIA

- 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. LAMBIN, JEAN – JACQUES** Marketing Estratégico. Mc. Graw-Hill / Interamericana de España S.A. 1997
- 4. MALHOTRA, NARESH K.** Investigación de Mercados: Enfoque práctico. Pretince - Hall Hispanoamericano S.A., México. 1997
- 5. PORTER MICHAEL** Ventaja Competitiva. Compañía Editorial Continental S.A. CECSA. México, 1997
Ser Competitivo. Editorial Deusto, España, 1996
Estrategia Competitiva. Editorial Continental, México, 1998

- 6. WILENSKY, ALBERTO**
LUIS Marketing Estratégico: Enfoque Simbólico de la Demanda y Clase Real del Negocio. Tesis, S.A., Bs. As. - Argentina 1996
- 7. FRED DAVID** Dirección Estratégica
- 8. KOTLER PHILIP y**
ARMSTRONG GARY Mercadotecnia, sexta edición, Ed.Pretince Hall, México, 1996
- 9. STANTON WILLAM –**
ETZEL MICHAEL –
WALKER BRUCE Fundamentos de Marketing. Novena edición, Editorial McGraw – Hill, México, 1992
- 10. ZORRILLA SANTIAGO –**
TORRES MIGUEL Guía para elaborar tesis. Editorial McGraw – Hill, México, 1992