

BIBLIOGRAFÍA

1. *Sampieri Roberto, Fernández, Baptista;*

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN,
cuartaedición, editorial CECSA, México 2007.

2.- *Rivas Alonso Javier, Grande Esteban;*

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR,
DECISIONES Y ESTRATEGIA DE
MARKETING, segunda edición, editorial
ESIC, España 2008.

3.-*Diaz Casado Ricardo, Sellers Rubio Belén;*

DIRECCIÓN DE MARKETING (TEORÍA Y
PRACTICA), segunda edición, editorial Club
Universitario, España 2006.

4.- *Zorrilla Santiago, Torres Miguel;*

GUÍA PARA LA ELABORAR TESIS,
segunda edición, editorial Libemex, México
1997.

5.- Kotler Philip;

DIRECCIÓN DE MARKETING, La Edición del Milenio, décima edición, editorial Pearson Educación, México 2001.

6.- Hair, Bush, Ortinau;

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, segunda edición, editorial Litográfica Ingramex, México 2003.

7.- MalhotraNaresh K.;

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, quinta edición, Editorial PRENTICE Hall Hispanoamericana, México 2007.

8. Rivera Camino Jaime, López Rúa Garcillan;

DIRECCIÓN DE MARKETING (FUNDAMENTOS Y APLICACIONES), segunda edición, editorial Esic, México 2009.