

BIBLIOGRAFÍA

KOTLER, PHILIP Y MC GRAW HILL; “Dirección de Marketing”, 6º edición, México 1999.

HIRSHLEIFR JACK Y HIRSHLEIFER DAVID; “Microeconomía Teoría del precio y sus aplicaciones”, 6º edición, México 2000.

ARMSTRONG, GRAY; “El Pensamiento del Marketing”, 13º edición, Capital Federal 2008.

ROSSETTI, JOSÉ; “Introducción a la Economía”, 2º edición, México 1979

WHEELER, HIRSH EVAN; “Los Canales de Distribución”, 1º edición, México 2002.

VÁZQUEZ Y TRESPALACIOS; “Estrategias de Distribución Comercial”, 7º edición, España 2013.

KOTLER Y ARMSTRONG; “Fundamentos de Marketing” 13º edición, México 2017

ALONSO Y SERRANO; “Valoración de Empresas”, 3º edición, Colombia 2004.

FISHER Y ESPEJO; “Mercadotecnia”, 3º edición, México 2004.

ZIKMUND, WILLIAN; “Investigación de Mercados”, 2º edición, Madrid España 2003.

STANTON, WILLIAN; “Fundamentos de Marketing”, 9º edición, México 2007.

PANDO, BARRERO J; “Planificación Estratégica”, 2º edición, Francia 1990.

LAMB, CHARLES; “Marketing” 7º edición, Estados Unidos 2005.

GARCIA, BOTERO JESUS; “Producción Agrícola” 2º edición, Colombia 1985.

STERN, W, LOUIS; “Canales de Comercialización” 5º edición, España 1998.

PELTON, E LOU; “Canales de Marketing y Distribución”, 2º edición, México 2001