

## 10.12 BIBLIOGRAFÍA

### **Referencias bibliográficas empleada en la realización del Marco Teórico:**

- (1) Philip Kotler y Gary Armstrong: Fundamentos de Marketing (2008); octava edición.
- (2) Philip Kotler: Marketing en el Siglo Veintiuno (2006); sexta Edición
- (3) William F. Arens – Michael F. Weigold – Christian Arens: Publicidad (2008); Undécima edición.
- (4) Henry Mintzberg – James Brian Quinn: El Proceso Estratégico (1993); Segunda Edición.

### **Otras bibliografías consultadas**

- Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas: Carlos E. Méndez A:(1999), 3ra edición
- Metodología de la investigación: NamakForoosh: (2000). 2da edición: México
- Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri; Carlos Fernández Collado; Pilar Baptista Lucio;(2006), 4ta edición.
- Métodos de investigación: Neil J. Salkid: (1998), 3ra edición
- Plan de Marketing en la Pyme: Jose Maria Sainz de Vicuña Ancin (2ª ed)

### **Páginas web**

- <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/490389/Philip-Kotler-Las-7-estrategias-de-marketing-para-el-siglo-21.html>
- (1)Wwww.http://wikipedia.com