

## BIBLIOGRAFÍA

- Bearden, William O., Ingram, Thomas, N., LaForge, Raymond, W., (1998). Marketing: Principles & Perspectivas 2ª Edition. United States: Mc Graw Hill.
- Czinkota, Michael R. y Kotabe, Masaaki, (2001). Administración de Mercadotecnia 2ª Edición. México: Thomson.
- Duncan, Tom, (2002). IMC Using Advertising & Promotion to Build Brands. United States: Mc Graw Hill.
- Gitman y McDaniel, (2001). El futuro de los negocios. México: Thomson Learning.
- Hernández, R., C. Fernández y Baptista (2002). Metodología de la Investigación 3ª Edición. México: McGraw Hill.
- Hitt, Ireland, Hoskisson (2004). Administración Estratégica: competitividad y conceptos de globalización. México: Editorial Thomson.
- Hutt, Michael, D., Speh, Thomas, W., (2001). Business Marketing Management: A strategic View of Industrial and Organizational Markets 7ª Edition. United States: Harcourt.
- Informe Anual de la Comisión Reguladora de Energía 2003.
- Informe Anual de la Comisión Reguladora de Energía 2004.
- Jain, Subhash, C., (2000). Marketing Planning & Strategy 6ª Edition. United States: South Western, Thomson Learning.
- Johnson, Scholes, (2001). Dirección Estratégica. España: Prentice Hall.

- Kerin, Roger, A., Berkowitz, Eric, N., Hartley, Steven, W., Rudelius, William, (2004). Marketing 7ª Edición. México: Mc Graw Hill.
- Kotler, Philip, (1973). Mercadotecnia Aplicada. México: Interamericana.
- Kotler, Philip, (1977). Dirección de Mercadotecnia: Análisis, Planeación y Control. Diana.
- Kotler, Philip, (1991). Fundamentos de Mercadotecnia. Prentice Hall Hispanoamericana.
- Kotler, Philip, (1996). Dirección de la Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y control 8ª Edición. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Kotler, Philip, (2001). Dirección de Marketing Edición del Milenio. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Lamb, Hair y McDaniel, (1998). Marketing 4ª Edición. México: Thomson.
- Lamb, Hair y McDaniel, (2002). Marketing 6ª Edición. México: Thomson.
- Mintzberg, Quinn y Voyager, (1997). El Proceso Estratégico. México: Prentice Hall.
- O'Shaughnessy, John, (1991). Marketing Competitivo Un Enfoque Estratégico. Díaz de Santos.
- Pride y Ferrel (1997). Marketing: Conceptos y Estrategias. McGraw-Hill.

- Ruiz García, Mayra L. (2003). Proyecto de simulación empresarial, caso: Simulador internacional de negocios de Carnegie Mellon University (Empresa DYPSA). (Tesis Licenciatura Universidad De Las Américas - Puebla).
- Sarabia, Francisco, (1999). Metodología para la investigación en Marketing y Dirección de Empresas. México: Ediciones Pirámide.
- Stanton, William J., (1985). Fundamentos de Mercadotecnia. McGraw-Hill.
- Thompson y Strickland, (1999). Dirección y Administración Estratégica. México: McGraw Hill.
- Von Neumann John, Morgenstern Oskar (1990). Theory of Games and Economic Behavior. Estados Unidos: Princeton University Press.
- Woessner, Pedro, (1974). La Mercadotecnia Mexicana. México: Diana.
- Yin, Robert, (1984). Case study research: design and methods. Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Yin, Robert, (1993). Applications of case study research. Newbury Park: Sage Publications.
- Zorrilla y Torres, (1992). Guía para elaborar la tesis. México: McGraw-Hill.
- <http://www.cfe.gob.mx>
- <http://www.cre.gob.mx>
- <http://www.lfc.gob.mx>
- <http://www.energia.gob.mx>