

## BIBLIOGRAFÍA

---

- American Marketing Association (1995). Dictionary of Marketing terms. NTC Business Books/ 2da edición.
- Brooksbank, Roger. (1994). The anatomy of Marketing Positioning Strategy. *Journal of Marketing Intelligence & Planning*. 10- 14.
- Brooksbank, R. (1999). The theory and practice of marketing planning in the smaller business. *Marketing Intelligence & Planning*. 78-90.
- Dovel, George P. (1993). Management. Ed. Mc Graw Hill. EUA.
- Fisher, L. (1996). Introducción a la Investigación de Mercados. Ed. Mc Graw Hill Interamericana de México. 3ra edición. México.
- Graeff R., Timothy. (1995). Product comprehension and promotional strategies. *Journal of Consumer Marketing*. 28- 39
- Griffin, Ricky W. y Ebert, Ronald J. (2000). Negocios. Ed. Prentice Hall. 4ta edición. México.
- Hormozi, Amir M. (2002). Business plans for new or small businesses: paving the path to success. *Journal of management decision*. 755-763.
- Kalafatis P., Stavros. (2000). Positioning strategies in business markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 416- 437
- Kerin, Roger A., Berkowitz, Eric N., Hartley, Steven W., Rudelius, William. (2003). Marketing. Ed. McGraw Hill. 7ma edición. México.
- Kotler, P. Armstrong, G. (1998) .Fundamentos de Mercadotecnia. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana. 4ta edición. México.



- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2001). Marketing. Ed. Prentice Hall. 8va edición. México.
- Lamb, Hair, McDaniel, C. (2003). Marketing. International Thomson Editores. 6a edición. México.
- Lindgreen, Adam. (2004). Contemporary marketing practice: theoretical propositions and practical implications. *Journal of Marketing Intelligence & Planning*. 673-692.
- Malhotra, Naresh K. (1999). Marketing Research. Ed. Prentice Hall. 3ra edición. E.U.A.
- McCarthy, Jerome E. y Perreault, Jr William D. (1999). Marketing un enfoque global. Ed. Mc Graw Hill. 13va edición. México.
- Ries, Al, Trout, Jack. (1986). Marketing de guerra. Ed. Mc Graw Hill. España.
- Simkin, Lyndon. (2000). Marketing is marketing – maybe!. *Journal of Marketing intelligence & Planning*. 154-158
- Simkin, Lyndon, (2002). Tackling implementation impediments to marketing planning. *Journal of Marketing intelligence & planning*. 120-126

### **Internet**

- Aguirre, Miguel Ángel. (2000). Plan de Marketing Estratégico. Gestipolis.com. Adquirido en noviembre, 2004 en:  
<http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/planmkrat.htm>



- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Puebla (2005). Lista de hoteles en la ciudad de Puebla. Adquirido en febrero, 2005 en:  
<http://www.sectur.pue.gob.mx/estadisticas/hoteles.htm>
- Secretaría Nacional de Información Turística (2003). Lista de llegadas de turistas nacionales y extranjeros en el Estado de Puebla. Adquirido en diciembre, 2004 en:  
[http://datatur.sectur.gob.mx/jsp/turistico\\_reporte.jsp](http://datatur.sectur.gob.mx/jsp/turistico_reporte.jsp)

