

## Referencias Bibliográficas

Bell, M. L. (1983). Concepto de Mercadotecnia. (2ª ed.) México: Compañía editorial continental, S.A. de C.V.

Fleitman, J.S. (Marzo, 2002). Mercadotecnia en Internet. Oportunidad para las pequeñas empresas. Adminístrate hoy. pp. 46-50.

Hanson, W. (2001). Principios de mercadotecnia en Internet. México: Thomson Learning.

Hartman, A., Sifonis, J., y Kador, J. (2000). Net Ready. Estrategias para el éxito en la Nueva Economía. España: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2002). Metodología de la investigación. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Janal, D. S. (2000). Marketing en internet. Cómo lograr que la gente visite, compre y regrese a su sitio Web. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Kendall, K.E., y Kendall, J.E. (1997). Análisis y diseño de sistemas. (3ª. ed.) México: Pearson Educación.

Kotler, P., y Armstrong, G. (1998). Fundamentos de Mercadotecnia. (4ª. ed.) México: Prentice Hall.

Kotler, P., y Armstrong, G. (2001). Marketing. (8ª. ed.) México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Lamb, Ch. W., Jr., Hair, J.F., Jr. y McDaniel, C. (1998). Marketing. (4ª ed.) México: International Thomson Editores, S.A. de C.V.

Napier, H. A., Judd, P. J., Rivers, O. N. y Wagner, S. W. (2001). Creating a winning e-bussiness. Canada : Thomson Learning.

O'Brien, J.A. (2001). Sistemas de información gerencial. Irwin McGraw-Hill.

Oz, E. (2001). Administración de sistemas de información. (2ª. ed.) Thomson Learning.

Porter, M.E. (Marzo, 2001). Strategy and the Internet. Harvard Bussiness Review.pp.63-78.

Sabino, C. (1991). Diccionario de Economía y Finanzas. Caracas: Ed. Panapo.

Sandelands, E. (1997). Utilizing the Internet for marketing success. Pricing Strategy & Practice. pp 7-12.

Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (2001). Comportamiento del consumidor. México: Prentice Hall.

Stanton, W.J., Etzel M.J., y Walker B.J. (1996). Fundamentos de marketing. (10ª. ed.) México: McGraw-Hill.

Uribe, E. (Julio-Agosto, 2001). Mercadotecnia, no lo es todo. Empresa-e. pp. 64-71.