

REFERENCIAS

- Bhat, S. y Reddy, K. (1998). Journal of Consumer Marketing: Symbolic and funcional positioning of brands. Vol. 15 pp.32-43.
- Connors, M. (1999). Talavera Poblana: Four Centuries of a Mexican Ceramic Tradition. (Trad. A. M. Simo). Massachusetts: the Americas Society.
- Cundiff, E., Still, R. y Govoni, N. (1979). Fundamentos de mercadeo moderno (Trad. J. Cardenas). N. J: Prentice Hall.
- Davis, S. (2002). Journal of Consumer Marketing: Implementing your BAM² strategy: 11 steps to making your brand a more valuable business asset. Vol. 19. pp. 504-513.
- Gallo, G. (2000). Posicionamiento: El caso latinoamericano. Colombia: McGraw Hill.
- Gardiner, P. y Quinton, S. (1998). Journal of Marketing Intelligence and Planning: Building brands using direct marketing – a case study. Vol. 16. pp. 6-11.
- Graeff, T. (1995). Journal of Consumer: Product comprehension and promotional strategies. Vol. 12. pp.28-39.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (2002). Anuario Estadístico. Puebla: INEGI

Kinnear, T. y Taylor, J. (1993). Investigación de mercados, un enfoque aplicado. (Trad. G. E. Rosas y M. A. Tiznado). México: McGraw Hill. (Libro original publicado en 1981).

Kotler, P. (1977). Dirección de Mercadotecnia: análisis, planeación y control. (Trad. A. Mateo). México: Editorial Diana.

Kotler, P. y Armstrong, G. (1996). Mercadotecnia. (Trad. P. Mascaró S.) México: Prentice-Hall.

Majaro, S. (1996). La esencia de la Mercadotecnia. (Trad. L. J. Díaz). México: Prentice Hall Hispaniamericana.

Namakforoosh, M. (1985). Mercadotecnia Social: Teoría y aplicación. México: Limusa.

Ries, A. y Trout, J. (1992). Posicionamiento: El concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia. (Trad. M. A. Gascón). México: McGraw Hill.

Sauerman, P. (1983). Psicología de Mercado: Introducción a la práctica de la psicología económica. Barcelona: Herder.

Secretaría de Economía. (Agosto, 2003). www.economia.gob.mx.

Stanton, W. y Futrell, Ch. (1987). Fundamentals of marketing. New York: McGraw-Hill.

Talavera Santa Catarina (Marzo, 2003). <http://www.talavera-santa-catarina.com.mx>.

Talavera de la Reyna (Septiembre, 2003). <http://www.talveradelareyna.com.mx>.

Uriarte Talavera (Septiembre, 2003). <http://www.uriartetalavera.com.mx>.

Zikmund, W. (1998). Investigación de Mercados. México: Prentice Hall.