
BIBLIOGRAFIA

- Czinkota, M. R. y Kotabe M. (2001) *Administración de la mercadotecnia*. Editorial Thomson Learning
- Ferrell, O.C., Hartline M. D. y Lucas G. H. (2002) *Estrategia de Marketing*. Editorial Thomson
- Hutt, M. D y Speh T.W. (2004) *Business Marketing Management: A strategic view of industrial and organizational markets*. Editorial Harcourt
- Jain, S. C. (2000) *Marketing, Planning and Strategy*. Editorial South-Western College Publishing
- Kotler, P. y Amstrong G. (2001) *Marketing*. Editorial Pearson Educación de México Prentice Hall
- Kotler, P. y Keller K.L. (2006) *Dirección de Marketing*. Editorial Pearson Educación.
- Lamb, C. W J r., Hair J.F. y Mcdaniel C. (1998) *Marketing*. Editorial International Thomson. Edición adaptada a Latinoamérica
- Lambin, J. J. (2003) *Marketing Estratégico*. Editorial ESIC
- Levaggi, G. (1997) *Herramientas para análisis de marketing estratégico*. Editorial Universo
- Levy, A. (2001) *Marketing avanzado, un enfoque sistemático y constructivista de lo estratégico y lo táctico*. Editorial Granica

-
- Notimex (2006). Conocimiento de mercado, claves en éxito de pymes. El Universal (Periódico electrónico). Disponible en

<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/27540.html>

- Porter, M. (1987) *Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Editorial Continental

- Winer, R.S. (2004) *Marketing Management*. Editorial Pearson Prentice Hall