BIBLIOGRAFÍA

LIBROS CONSULTADOS:

1. Cravens, David W., Hills, Gerald E., Woodruff, Robert B. (1993). Administración en mercadotecnia. Trad. Consuelo Hidalgo y Mondragón. México: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V.

2. Fernández Valiñas, Fernando. (2001). Manual para elaborar un plan de mercadotecnia: un enfoque latinoamericano. México: Ecafsa Thomson Learning.

3. Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar. (2002). Metodología de la investigación. (3ª. Ed.). México: Mc Graw Hill.

4. Hiebing, Roman G. Jr., Cooper, Scott W. (1992). Cómo preparar el exitoso plan de mercadotecnia. Trad. Rosa María Rosas Sánchez. Colombia: Mc Graw Hill.

5. Kotler, Philip. (2001). Dirección de marketing. México: Pearson Educación.

6. Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (1996). Mercadotecnia. (6ª. ed.) Trad. Pilar Mascaró Sacristán. México: Prentice Hall.

7. Lamb, Charles W. Jr., Hair, Joseph F. Jr., y Mc Daniel, Carl (1998). Marketing. (4ª ed.). Trad. Adolfo Deras Quiñónez. México: Internacional Thomson Editores, S.A. de C.V.

8. Pride, William M., Ferrel, O.C.. (1997). Marketing: conceptos y estrategias. Trad. Gloria E. Rosas Lopetegui. México: Mc Graw Hill.

9. Stanton, William J. (1984). Fundamentos de mercadotecnia. (3ª. Ed.). México: Mc Graw Hill.

10. Weiers, M. Weiers. (1986). Investigación de Mercados. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

PÁGINAS DE INTERNET CONSULTADAS:

1. http://www.contactopyme.gob.mx/tamanio.asp?Lenguaje=0&Cve_B=5
2. http://www.inegi.gob.mx
3. http://www.siem.gob.mx