

**Bibliografía**

Abell, Derek y Hammond, John (2000). Planeación estratégica de Mercado: Problemas y enfoques (Diaz Alfredo, Trans). (Primera ed.). Compañía editorial Continental

Ackoff, Russell (1983). Planificación de la Empresa del Futuro. (Torres Esteban, Trans.). (Primera ed.). Editorial Limusa

Albert, Kenneth (1984). Manual de Administración Estratégica. (Primera ed.). Mc Graw Hill

Cateora Philip (1996). International Marketing. (Novena ed.). Irwin Mc Graw Hill

Cateora, Philip (1995). Marketing Internacional. (Santacruz Lino, Trans.) (Octava ed.). Mc Graw Hill

Chase, Richard; Aquilano, Nicholas y Jacobs, Robert (2001). Operations Management for competitive Advantage. (Novena ed.). Mc Graw Hill

Evans, James y Lindsay, William (2000). Administración y Control de la Calidad. (Cuarta ed.). International Thompson Editores

Gallardo, Anahí (2000). Repensando la Planeación Estratégica. De <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num7/art14.htm>

Hofer, Charles y Schendel, Dan (1985). Planeación Estratégica: Conceptos analíticos. (Primera ed.). Editorial Norma, S. A.

Jain, Subhash (1990). Marketing Planning and Strategy. (Tercera ed.). South-Western Publishing Co.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2001). Marketing (Octava ed.). Pearson Education

Moreno, José Maria (1991). Marketing Internacional. Ediciones Macchi

Porter, Michael (1980). Competitive Strategy. (Primera ed.). The Free Press

Terpstra, Vern y Russow, Lloyd (2000). Introducción a la mercadotecnia internacional.  
International Thomson Editores

Thompson, Arthur y Strickland A. J. (1995). Strategic Management. (Octava ed.). Richard  
Irwing Inc.