

BIBLIOGRAFIA

- Allen, et al: Publicidad Thomson Editores S.A de C.V, México,1999.
- Anderson/Sweeney/Williams: Métodos Cuantitativos para los Negocios, séptima edición, Soluciones Empresariales, Thompson, México, 1999.
- Anzola, Sérvulo, Administración de pequeñas empresas, Mc Graw Hill, Mexico, 1999.
- Arellano Cueva, Rolando, Marketing. Enfoque América Latina, Mc Graw Hill, Chile 1999.
- Baker, Michael: Companion Encyclopedia of Marketing, segunda edición, Reference, USA, 1995.
- Barker, Alan, Cómo ser mejor tomando decisiones, Panorama Editorial, 2ª. Ed. México, 2000.
- Bekowitz/Kerin/Hartley/Rudelius: Marketing, sexta edición, Mc Graw-Hill, México, 2000.
- Bishop, Bill: Marketing Estratégico para la era digital, segunda edición, Secsa, México, 2000.
- Bustamante E. Sofía, La empresa en México, Trillas, México, 2001.
- Cateora/Graham: International Marketing, McGraw-Hill, USA, 2002.
- Chase/Aquilano/Jacobs: Operations Management for Competitive Advantage, novena edición, McGraw-Hill, USA, 2001.
- Comercio,: Reglamento sobre promociones y ofertas, Sista, México, 1994.
- Comercio: Legislación de comercio, Sista, México, 1994.
- Comercio: Ley general de sociedades mercantiles, Sista, México, 1994.
- Comercio: Reglamento de registro público de comercio, Sista, México, 1994.
- Czinkota/Kotabe: Administración de la Mercadotecnia, Thomson, México, 1996.
- Fernández Collado, Carlos,La Comunicación en las organizaciones, Ed. Trillas, México1993.
- Franklin B., Enrique, Organizacion de empresas, Segunda ed., Mc Graw Hill, 1997.

- Gordoa, Víctor: El poder de la imagen Pública, Edamex, tercera edición, México, 1999.
- Grabinsky, Salo, Mi Tienda en el Nuevo Milenio, Mc Graw Hill, U.S.A. 2001.
- Gregg/Aranda: Fundamentos de Derecho Positivo Mexicano, Thomson, México 2002.
- Griffin/Ebert: Negocios, cuarta edición, Prentice Hall, México, 1997.
- Hernández, Roberto S., Fernández, C., Baptista, Luicio P.: Metodología de la Investigación. McGraw Hill, segunda edición. México, D.F. 2000.
- Hill/Rifkin, Marketing radical, Grupo Editorial Norma.
- Jones, Manley: The Marketing Process, Harper Publisher, USA, 1977.
- Kinner/Taylor: Investigación de mercados un enfoque aplicado, McGraw-Hill, quinta edición, México 1996.
- Kotler, Philip: Dirección de Mercadotecnia, Diana, segunda edición, México, 1977.
- Kotler/Armstrong: Mercadotecnia, sexta edición, Prentice Hall, México 1996.
- Kotter P., John, La verdadera labor de un líder, Grupo Editorial Norma, México, 2000.
- Lencioni, Patrick, Las cinco tentaciones de un gerente, Grupo Editorial Norma, México 2000.
- Mankiw, Gregory: Principios de Economía, McGraw-Hill, México, 1998.
- McCarthy/ Perreault: Marketing un enfoque global, treceavas edición. McGraw-Hill, México, 2000.
- O'Donnell, Ken, Endocalidad, Editorial Paidós 2ª ed., 1999.
- Ortiz Castillo, Sergio, Guía para el mejoramiento continuo en la pequeña empresa, Panorama Editorial, México, 2002.
- Quelch/Buzzell: The Marketing Challenge Europe, Addison-Wesley, Inglaterra, 1991.
- Ries y Trout, La guerra de la mercadotecnia, Mc Graw Hill, 3ª ed. U.S.A. 1994
- Ries/Trout: Posicionamiento. McGraw Hill, segunda edición. México, 1992.
- Sabino, Carlos A. El proceso de investigación. Buenos Aires, Editorial Lumen - Humanitas, 1996.

Shultz: American Marketing, segunda edición, Wadsworth, USA, 1961.

Smith, schewe: Marketing Concepts and aplicaciones, segunda edición, McGraw-Hill, USA, 1986.

Stanton, William, Fundamentos de mercadotecnia, 2ª ed. Mc Graw Hill, U.S.A. 2001.

Talavera, P. Raúl/Alvarez, T.Lizbet, Guía práctica para la formación de una empresa, Editorial Sicco, 2000.

Taylor/Shaw: Mercadotecnia un enfoque integrador, cuarta edición, Trillas, México, 1973.

Triola, Mario: Estadística elemental, séptima edición, Pearson Educación, México, 1997.

Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, Teorías para el análisis del consumidor, Santiago de Chile. 2002.

White, Sara. Mercadotecnia Fácil!, Prentice Hall, 2000

Zikmund, William G.: Investigación de mercados. Prentice Hall, sexta edición. U.S.A. 1998.

<http://future.sri.com>

<http://www.amai.com.mx>

<http://www.edamex.com>

<http://www.galupmexico.com>

<http://www.gap.com>

<http://www.gobiernodepuebla.gob.mx>

<http://www.impi.com.mx>

<http://www.inegi.gob.mx>

<http://www.jnco.com>

<http://www.merca2.com>

<http://www.nilsen.org>

<http://www.optimedia.com>

<http://www.panelpearson.com>

<http://www.pearson-research.com>

<http://www.pymes.com.mx>