BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Aaker, D., Kumar, V, Day, G. (2001). Investigación de mercados. (4ª ed.) México: Wiley Limusa.

Aguilar, E., (2003). Marketing y Elecciones. México: LunArena Arte y Diseño.

Burnett, John (2000). Promoción; conceptos y estrategias. Colombia: McGraw Hill.

Bassat, Luis (2001). El libro rojo de la publicidad (ideas que mueven montañas). España: Plaza & Janés Editores, S.A.

Churchill, Gilbert Jr. (2001). Investigación de mercados. (4ª ed.) México: Internacional Thomson Editores, S.A de C.V.

Ferrell, O., Hartline, M., Lucas, G. (1987). Estrategias de marketing. (2ª ed.) México: Thomson Editores.

Fischer, L. (1986). Mercadotecnia. México: Nueva Editorial Interamericana.

Fischer, L., y A. Navarro (1995). Introducción a la investigación de mercados. (2ª ed.) México: McGraw Hill

Gallo, Gloria (2000). Posicionamiento: El caso latinoamericano. Colombia: McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (1998). Metodología de la Investigación. (2ª ed.) México: McGraw Hill

Ibarra, Sergio (2000). De la mercadotecnia a las ventas. México: Sistemas de Información Contable y Administrativa computarizados.

Kinnear, T., Taylor, J. (1996). Investigación de mercados: un enfoque aplicado. Trad. Gloria E. Rosas.

Kotler, P., Armstrong, G. (1996). Mercadotecnia. (6ª ed.) Trad. Pilar Mascaro. México: Prentice Hall.

O´Guinn, T., Allen, C., Semenik, R. (2001). Publicidad. Trad. Adolfo Deras Quiñones. México: International Thomson Editores

Ries, A., Trout, J. (2001). Posicionamiento : El concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia. México: McGraw Hill.

Soler, P., Andreu, M., Isidro, S., Rodríguez, M. (1997). La investigación cualitativa en marketing y publicidad. El grupo de discusión y el análisis de datos. España: Ediciones Piados Ibérica, S.A.

Stanton, William (1980). Fundamentos de marketing. (2ª ed.) Trad. José A. Fernández. México : McGraw Hill.

Stanton, William (1995). Fundamentos de mercadotecnia. (3ª ed.) Trad. Armando Sánchez. México: McGraw Hill.

Treviño, Rubén (2001). Publicidad comunicación integral en marketing. México: McGraw Hill.

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, El Salvador, 2003. http://www.conamype.gov.sv

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), 2002. http://inegi.gob.mx

Instituto Tecnológico de Saltillo [ITS], 2002. http://maestros.its.mx

Mendoza, G., 2002. http://~gmendoza.its.mx

www.fenix.islagrande.cu/Noticias/creceen.htm

www.simimex.com.mx