

BIBLIOGRAFIA

Baeza, C. (2005). Disfrutar el vino. Libsa

Castillo, V (2003). Crisis del Mercado del vino y OCM en crisis en: Mercado del vino reflexiones y propuestas de futuro Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha.

Falco, C (2004). Fraseología del Bodeguero. Mitchell Baezley.

Gallego, F(2006). Manual Práctico de cafetería y bar. Thomson Paraninfo, S.A

Gitomer, (2005). El pequeño libro rojo de la venta. Pearson

Gluck, M (s/a). The simple art of pairing food and wine. Mitchell Baezley.

Haynes, M (1992). Administración de Proyectos. Grupo Editorial Iberoamérica S.A de C.V.

Hovorovitz, J (1991). La Calidad del Servicio. McGraw-Hill.

Huete, D'Andrea, Reinoso y Lovelock. Administración de Servicios, estrategias de marketing operaciones y recursos Humanos. Pearson Prentice Hall.

INEGI, (2003), Anuario Estadístico de Puebla Consultado, consultado el 27 de abril del 2007 en: http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/puebla/esta_tur.htm.

McCarthy, E(1995). Vinos para Dummies. Grupo Editorial Norma.

Mostra dei Merlot d'italia 8° edizione , consultado el 22 de octubre del 2007 en <http://www.merlotditalia.it>.

Simon, A(2004). Vinosmonovarietales. Fitway Publishing

Simon, J (2002). El libro del vino. Blume



Solis, M (2007). Consumo per cápita de vino en México de 0.25lts. La Cronica. Recuperado el 21 de abril 2007 en:
http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=211236.

Solomon, M.R (2007). Comportamiento del Consumidor. Pearson Prentice Hall.

Ulwick, W.A (2006). Ofrezca a sus clientes lo que desea. McGraw Hill

Vini Pepe, consultado el 22 de octubre del 2007 en:
<http://www.montepulcianodabruzzo.it/>

Westwood, J (2001). Como crear un plan de marketing. The Sunday times.

Zeithml, V.A (2003). Marketing de Servicios. McGraw-Hill.

