



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ahmed K. y Rafiq M. (2002). Internal Marketing. Great Britain. Biddles Ltd.

Álvarez J. (2007): La comunicación interna, la estrategia del éxito. Obtenido el 13 de Agosto del 2007 en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n56/jalvarez.html>

Argyris C. (1999), Conocimiento para la acción: una guía para superar los obstáculos del cambio en la organización. Barcelona. Ed. Granica

Arias, F. (1999). Administración de Recursos Humanos. México. Editorial Trillas S.A. de C.V.

Belch G. y Belch M. (2004). Publicidad y Promoción. Perspectiva del Marketing Integral". (Sexta edición). México. Mc Graw Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.

Berry L. y Parasuraman A. (1993). Marketing en las Empresas de Servicios. Colombia. Ed. Norma S.A.

Cahill D. (2006). Primero los empleados, luego los clientes. Principios de la mercadotecnia interna. México. Panorama Editorial, S. A de C. V.

Coffman C y Gonzáles G. (2002). ¡Siga esta Ruta!. España. Ediciones Urano S.A.

Donelly J., Gibson J., Ivancevich J. (1997) Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas. (Octava edición) Mc Graw Hill

Garza G. (2001). Administración Contemporánea. México. Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.



Hair J., Bush R., y Ortinau D. (2006). Investigación de Mercados. (Segunda Edición). México. Mc Graw Hill.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. México. McGraw Hill.

Kinnear T. y Taylor J. (2000). Investigación de Mercados. (Quinta edición). Colombia. Mc Graw Hill.

Kotler P. (1993). Dirección de la Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control. (Séptima Edición). México. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

Kotler P. y Armstrong G. (2003). Fundamentos de Marketing. (Sexta Edición). México. Pearson Prentice Hall

Malhotra K. (2004). Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. (Cuarta Edición). México. Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Martínez V., Sánchez M. y Rodríguez L. El papel estratégico de la comunicación en los programas organizacionales del marketing interno. (2005). Obtenido de: [http://www.fisec-estrategias.com.ar/2/fec\\_02\\_com\\_martinezfernandez.pdf](http://www.fisec-estrategias.com.ar/2/fec_02_com_martinezfernandez.pdf)

Levionnois M. (1992). Marketing Interno y Gestión de Recursos Humanos. México. Ediciones Díaz de Santos S.A.

Porter M. (1991). Estrategia Competitiva. México. CIA Editorial Continental.

Porter M. (2003). Ventaja competitiva. Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior. México. Compañía Editorial Continental

Payne A. (1996) La Esencia de la Mercadotecnia de servicios. New York. Prentice Hall



Reig E., Jauli I. y Soto E. (2000). Gestión del cambio en las organizaciones. México. CV Ediciones.

Robbins, S. (1998). Comportamiento Organizacional. Octava edición. México. Prentice Hall.

Robles M. (2001): La comunicación interna, la estrategia del éxito”. Obtenido el 13 de Agosto del 2007 en

<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n56/jalvarez.html>

Sánchez C. y Peris S. (2003): Modelo de marketing interno para la gestión de recursos humanos. Obtenido en:

[http://psicondec.rediris.es/interdisciplinaria/Congreso\\_virtual\\_2003/23.pdf](http://psicondec.rediris.es/interdisciplinaria/Congreso_virtual_2003/23.pdf)

Senge P. (1998). La Quinta Disciplina en la Practica. Barcelona. Editorial Granica

Shiffman L. y Kanuk L. (2005). Comportamiento del Consumidor. Séptima Edición. México. Editorial Prentice Hall.

Thompson I. (2005, Agosto). Disponible en:

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.htm>

Tschohl J. y Steve F. (1991). Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente. Madrid, España. Díaz de Santos S. A.

Valencia J. (1991). Como Administrar Pequeñas y Medianas Empresas. México. Ediciones Contables y Administrativas, S.A. de C.V.

Zeithaml V y Bitner M. (2001). Marketing de Servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa. Segunda Edición, México. McGraw Hill/Interamericana Editores S. A de C. V.

