

BIBLIOGRAFIA

Gric, J. (1989) St. Paul, M.N. West Publishing Company
MORAL CHOICES: Ethical Themes and Problems

Gurria M. (1996) México UDLAP
ETICA PROFESIONAL PARA TURISMO

Lucas A. (1994) Madrid Mac Graw Hill
SOCIOLOGIA PARA LA EMPRESA

Thiroux, J. New Jersey, N.Y. Prentice Hall
ETHICS THEORY AND PRACTICE

Rodriguez y Fraile, P y Albelo L Ma. (1986) México, D.F. Alhambra mexicana
ETICA

Brennan, J. (1973) New York, N.Y. Harper and Row
ETHICS AND MORALS

Eumelt M, r Harper Brothen's publisher
THE NEW MEDIA SOCIETY

De George (1995) Kansas , Prentice Hall
BUSINESS ETHICS

Rivers, William y Mathews Cleve (1992) Gernika
LA ETICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Vivian, J (2001) Needham Heights, MA, V
THE MEDIA OF MASS COMMUNICATION

Brookes R. (1988) Grower Press
THE NEW MARKETING

Christopher M, Payne A, Ballantyne D. (1994) Madrid, España, Ediciones Díaz de Santos
MARKETING RELACIONAL.

Kinnear, Thomas C., James R. Taylor. (1993) México D.F. Mc Graw-Hill / Interamericana, S.A

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: UN ENFOQUE APLICADO.

Kotler P. (1996) E.U.A. Prentice Hall
MARKETING MANAGEMENT.