

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- **CHURCHILL GILBERT JR** (2003). “Investigación de Mercados”, Cuarta Edición. International Thomson Editores, México.
- 2.- **DIAZ DE RADA VIDAL** (2002). “Técnicas de Análisis Multivariante para Investigación Social y Comercial – Ejemplos prácticos utilizando SPSS versión11”. RA-MA Editorial, España.
- 3.- **GITMAN LAWRENCE J.** “Principios de Administración Financiera”, Décima Edición. Pearson Educación, México.
- 4.- **KOTLER PHILIP** (2001). “Dirección de Marketing – La Edición del Milenio” , Décima Edición. Pearson Educación, México.
- 5.- **LOHR SHARON** (2000). “Muestreo – Diseño y Análisis”. International Thomson Editores, México.
- 6.- **MALHOTRA NARESH** (2004). “investigación de Mercados – Un Enfocado Aplicado”, Cuarta Edición. Pearson Educación, México.
- 7.- **OROZCO J. ARTURO** (1999). “Investigación de Mercado – Concepto y Practica”. Editorial Norma, Colombia.
- 8.- **PEDRET RAMÓN, SAGNIER LAURA** (2003). “Herramientas para Segmentar Mercados y Posicionar Mercados – Análisis de Información Cuantitativa en Investigación Comercial”. Ediciones Deusto, España.