**BIBLIOGRAFÍA**

* Bing, ¿Qué haría Maquiavelo?, 2 Edición, Vergara
* Borrini, Cómo se vende un candidato, 2 Edición, La Crujía
* D´Alessandro, Guerra de Marcas, 1 Edición, Norma
* Kinnear-Taylor, Investigación de Mercados, 5 Edición, McGraw Hill
* Kotler, Los 10 Pecados Capitales del Marketing, 1 Edición, Gestión 2000
* Kotler-Armstrong, Mercadotecnia, 6 Edición, Prentice Hall
* Kotler-Bloom-Hayes, Marketing de Servicios Profesionales, 2 Edición, Paidós
* Luther, El Plan de Mercadeo, 1 Edición, Norma
* Martín, Marketing Político, 2 Edición, Paidós
* Napolitan, ¿Cómo ganar las elecciones?, 3 Edición, Sente
* Napolitan-Barba, Cien Peldaños al Poder, 2 Edición, Sente
* Ries-Ries, Las 22 Leyes Inmutables de la Marca, 1 Edición, McGraw Hill
* Ries-Trout, Las 22 Leyes Inmutables del Marketing, 1 Edición, McGraw Hill
* Sapag-Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos, 4 Edición, McGraw Hill
* Schwartz, La Respuesta Emocional, 3 Edición, Sente
* Stanton-Etzel-Walker, Fundamentos de Marketing, 11 Edición, McGraw Hill