BIBLIOGRAFÍA

- SCHMITT, BERND, H (2006), Experimental Marketing, Ediciones Deusto
- RIES, AL; TROUT (2002), Posicionamiento: La Batalla por su Mente, Mc. Graw Hill Interamericana
- NARRES MALHOTRA, K (2004), Investigación de Mercado, Un Enfoque Aplicado, Pearson Prentice Hall
- KERIN; BERKOWITZ; HARTLEY; RUDELIUS (2003), Marketing, Mc. Graw Hill Interamericana
- KOTLER PHILIP (2003), Fundamentos de Marketing, Person Prentice Hall
- KLEPPNER, Publicidad, Person Prentice Hall
- KOTLER Y ARMSTRONG, Mercadotecnia, Person Prentice Hall
- KERIN, Marketing, Mc Graw Hill
- HIEBING, Como Preparar el Exitoso Plan de Mercadotecnia, Mc Graw Hill
- MEYER, Merchandising, Mc Graw Hill
- STANTON, Fundamentos de Marketing, Mc Graw Hill
- NASSIR Y REINALDO SAPAG, Preparación y Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill
- BONINI/ HAUSMAN/ BIERMAN, Analisis Cuantitativo para los Negocios, Mc Graw Hill
- ESPOL, ICHE (2004 - 2008) Apuntes de Cátedra “Marketing Estratégico” y “Publicidad”

SITIOS WEB

- www.webometrics.info
- www.espol.edu.ec
- www.bce.fin.ec
- www.mef.fin.ec
- www.ideinvestiga.com