

BIBLIOGRAFÍA

1. MAYORCA, David; ARAUJO, Patricia: Marketing estratégico en la empresa peruana. Peri. Diversidad del Pacífico. 2005 Segunda Edición.
2. Burk, Word, Marian. El plan de marketing, Madrid Pearson Educación 2004
3. PEREZ, Romero,. Luis Alfonso. Marketing Social , México Pearson Educación 2004
4. SOLOMON, Michael R., STUART, Elnora W., Marketing Personas Reales Decisiones Reales, Colombia, Prentice Hall 2001.
5. KOTLER, Phillip. , ARNSTROM, G. Marketing, México DF, Prentice-Hall, Octava Edición 2001.
6. PRIDE, William., FERREL O.C. Marketing Conceptos y Estrategias, México DF MC Graw-Hill, Novena Edición 1997.
7. BELL, L. Martín, Mercadotecnia, Conceptos y Estrategia, México DF, Mc Graw-Hill, Segunda Edición 1997.
8. STATON, William., ETZEL, Michael., WALTER, Bruce., Fundamentos de Marketing, México DF MC Graw-Hill, Novena Edición 1996.
9. PIPOLI, Gina. Las mejores practicas del marketing. Perú. Universidad del Pacifico. 2005 Primera Edición.
10. FISCHER, Laura. ESPEJO, Jorge. Casos de Marketing. México Pearson Educación 2002
11. RYAN T., William., Guía Básica para la Actividad de Marketing, Perú, Ediciones Deusto 2001.
12. ARRELLANO C. Rolando., Marketing: Enfoque América Latina, México DF MC Graw-Hill, Primera Edición 2000
13. PIPOLI DE BUTRON, Graciela., El Marketing y sus Aplicaciones a la Realidad Peruana, Universidad del Pacifico, Segunda Edición 1999.

14. PIPOLI DE BUTRON, Graciela., Casos de Mercadotecnia Aplicados a la Realidad Peruana: Tomo III, Universidad del Pacifico, Primera Edición 2002.
15. CUTROPÍA FERNANDEZ, Carlo., Plan de marketing paso a paso, España, Editorial Esic 2003

OROCHO