

BIBLIOGRAFÍA

1. Steiner A. George. (1989). Planeación Estratégica. Ed. Continental. México D.F.
2. Armstrong and Kotler, (2001). Marketing. Octava Ed. Prentice Hall. México.
3. Robbins, Stephen P. y Coulter Mary. (2005). Administración. Octava Edición. Pearson. México.
4. Thompson, Arthur A. Jr. & Strickland, A.J. III. (2005). Administración Estratégica, Textos y Casos (13va. Ed.). McGraw-Hill. México, D.F.
5. Lovelock Christopher. (1997) Mercadotecnia de Servicios, (3era Ed.). Ed. Pearson.
6. Arellano Cueva Rolando. (2001). Comportamiento del consumidor, enfoque América Latina. Ed. Mc. Graw Hill.
7. Assael Henry. (2001). Comportamiento del consumidor. Ed. Internacional Thomson Editores.
8. Malhotra Naresh K. (1997). Investigación de mercados, un enfoque práctico. (2da. Edición) Ed. Pearson Educación.

Medios electrónicos:

1. www.publirecta.com
2. <http://www.sonora.gob.mx/portal/Runscript.asp?p=ASP%5Cpg202.asp>
3. www.inegi.gob.mx
4. <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040115082454-12 .html>
5. <http://www.femsa.com>
6. <http://www.oxxo.com.mx/>