**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](http://www.webometrics.info)
* [www.espol.edu.ec](http://www.espol.edu.ec)
* [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
* [www.mef.fin.ec](http://www.mef.fin.ec)
* [www.ideinvestiga.com](http://www.ideinvestiga.com)