

Bibliografía

- AGUILAR IDANEZ, María José; ANDER-EGG, Ezequiel, “Diagnóstico Social, Conceptos y Metodología”, Editorial Grupo Editorial Lume Hvmánitas, 2° edición, revisada y ampliada, México D.F., México. 2001
- COOK, F Ernest; RAYBURN, Jhon Michael; ABERCROMBIE, C.L.; “The history of marketing traught as reflected in the definitions of marketing. The journal of marketing. 2001.
- HSM. Foro Mundial de Marketing & Ventas (2-3/VI/10, México. Conferencia “Philip Kotler: Marketing 3.0”)
- <http://www.usergioarboleda.edu.co/marketing/docs%20PDF/articulos/Evolucion%20del%20MK%2020%20de%20junio%20de%202008.doc.pdf>
- KARTAJAYA, Hermawan; KOTLER, Philip; SETIAWAN, Iwan, “Marketing 3.0”, Editorial Lid Editorial, 1° Edición, 2011.
- KOTLER, Philip, “Dirección de Mercadotecnia”, PHH (Prentice-Hall Hispanoamericana S.A), Octava edición, México. 1996
- QUIVY, Raymonf; VAN CAMPENHOUDT, Luc, “Manual de Investigación en Ciencias Sociales”, Editorial Limusa, Noriega editores, México D.F., México. 1998