

14 Bibliografía

- *Texto 1 : Publicidad (principios Y Practicas) / William Wells 3ª Ed.
- *Texto 2 : Introducción A La Publicidad / H. H. Pálmer.
- *Texto 3 : Dirección De La Mercadotecnia / P. Kottler.
- *Texto 4 : Publicidad / Ottho Klepner 9ª Ed.
- *Texto 5 : Lecturas Escogidas Del Marketing / I.C.A.M.E.
- *Texto 6 : Investigación De Mercados / William G. Zikmund.
- *Texto 7 : Introducción A La Investigación De Mercados / Laura Fischer, Alma Navarro.
- *Texto 8 : Mercadotecnia / Laura Fischer 2ª. Edición.
- *Texto 9 : Investigación Integral De Mercados(Enfoque Operativo) / J. Nicolás Jany C.
- *Texto 10 : Mitos Del Marketing Que Están Matando Negocios / K.J.Clancy , R.S. Shulman.
- *Texto 11 : Maxi-Marketing / Stan Rapp , Tom Collins.
- *Texto 12 : Investigación De Mercados (Un Enfoque Aplicado) / T.C.Kinnear, J.R.Taylor.
- *Texto 13 : Mercadotecnia (Conceptos Y Practicas Modernas) / Schoell Y Guiltinan..
- *Texto 14 : El Poder De La Imagen Publica / Victor Gordo.
- *Texto 15 : Estrategia Para Lograr El Desarrollo E Implementación De Un Sistema De Información Con Calidad En Los Negocios(Tesis)/Ma.Del Consuelo Jimenez Fernández.
- *Texto 16 : Fundamentos De Marketing / W. Staton 6a. Ed.
- *Texto 17 : Investigación De Mercados / Boy Westfall 5ª Ed.
- *Texto 18 : Publicidad / Well Y Burnet.
- *Texto 19 : Mercadotecnia / P. Kottler Y G. Armstrong 6ª Ed.
- *Texto 20 : Fundamentos De Mercadotecnia / P. Kottler Y G. Armstron 2ª Ed.
- *Tesis : Modelo Para Incrementar La Efectividad En La Escuela / Rodrigo Treviño Fernández.
- *Tesis : Los Sist. De Inf. Aplicados En El Área De Relac. Industriales/Leticia A.Neira Tovar.
- *Tesis : Centro De Informacion De Mercado / Roberto E. Nieto Castillo.
- *Tesis : Análisis Y Diseño De Estrategias Para Tiendas De Conveniencia En Base A Un Estudio De Mercado / Martin A. Leal Plata.
- *Tesis : Modelo De Organización Basado En Estrategias De Comercialización Para La Capacitación Interna : Ventajas Y Herramientas Competitivas / Lorena Canales Morales.
- *Tesis : Programa De Mezcla Promocional Para “Enter” Una Publicacion De Informatica Para El Mercado De Monterrey / Mario A. Montenegro Uribe.
- * Netscape Navigator
- * Publicaciones Adcebra

Modelo De Evaluación De Programas De Publicidad: La Eficiencia Vs. La Inversion En Promocion



Proyecto de tesis desarrollado por él Lic. Gustavo Adolfo Olivier Gómez.

**Fungiendo como Secretario Académico de la división de Postgrado de
la Facultad de Contaduría Pública y Administración:**

M.A. José Magdiel Martinez Fernandez

Comisión de Tesis:

Presidente: Dr. José Barragán Codina
Secretario: M.A. José Manuel Mendoza Gómez
Vocal: M.A. Jorge Alberto Méndez Dávila

Ciudad Universitaria

Septiembre 2000

