

# **Bibliografía**

## BIBLIOGRAFÍA

- KOTLER, ARMSTRONG. Fundamentos del Marketing. 6ta Edición
- FERREL, OC, Estrategia de Marketing, Segunda Edición, Thomson, 2002
- HAIR, BUSH, ORTINAU. Investigación de Mercados, McGraw Hill, 2da Edición 2004
- LAMB, HAIR, MC DANIEL. Marketing. Sexta Edición, Thomson, 2002
- PORTER, Michael. Estrategia Competitiva. CECSA. 2004
- WEBSTER, Allen, Estadística Aplicada a los negocios y economía. Tercera edición. McGraw Hill, 2000
- ZORILLA, Santiago, Metodología de la Investigación, McGraw Hill, 1997
- CASE, FAIR Principios de Microeconomía, Cuarta Edición
- El nuevo posicionamiento, Editorial Limusa, México ,1996
- SAMPIERE, Metodología de la Investigación, México 1997
- IMS: Base de Datos del Sector Farmacéutico.
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.
- BIONDI, Mario, ZANDANA, T. Fundamentos de Auditoría y Contabilidad Aplicada. Ediciones Machi-López, S.A. Buenos Aires, 1987.
- MURIORE Y TROSSERO. Cálculo Financiero
- WELSC Glenn, Presupuesto, planificación y control de utilidades

### **Páginas de consulta en Internet**

[www.servier.com](http://www.servier.com)

[www.ecuadorenestadisticas.com](http://www.ecuadorenestadisticas.com)

[www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)

[www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

[www.nlm.nih.gov](http://www.nlm.nih.gov)

[www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net)

<http://www.phrma.org> PhRMA Industry profile 1998.

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)