



Nombre del alumno: **Guadalupe Nájera López**

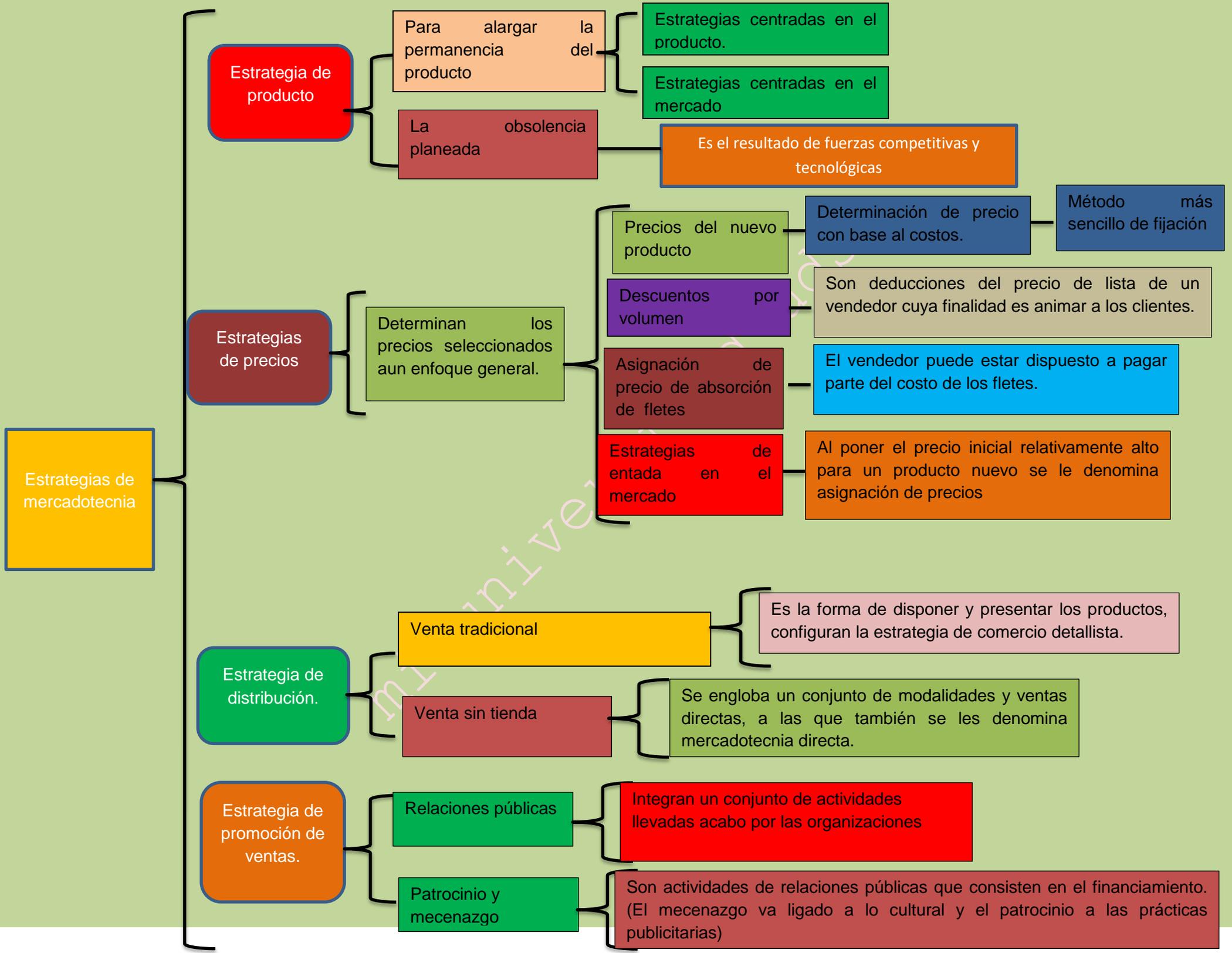
Nombre del profesor: **Verónica Marisela morales Velázquez**

Materia: **mercadotecnia**

Trabajo: **Cuadro sinóptico**

Grado: **5to cuatrimestre**

**Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de febrero del 2023.**



## Bibliografía

1. Arteaga, Rosaura (2012). Fundamentos de Mercadotecnia. Apuntes digitales. Plan 2012. Facultad de Contaduría y Administración. División Sistema Universidad Abierta y Educación a Distancia. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Recuperado de: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2012/administracion/3/1346.pdf>
2. Fundamentos de Mercadotecnia. Unidad 1. Conceptos básicos de mercadotecnia. División de Ciencias Sociales y Administrativa. Universidad Abierta y a Distancia de México (UnADM). Recuperado de:  
[https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U1/descargables/F ME\\_U1\\_Contenido.pdf](https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U1/descargables/F ME_U1_Contenido.pdf)
3. Sangri Coral, Alberto (2014). Introducción a la mercadotecnia. Grupo Editorial Patria, S. A. De C. V. México, D. F. Recuperado de:  
<https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074380019.pdf>
4. Fundamentos de Mercadotecnia. Unidad 2. El mercado y su segmentación. División de Ciencias Sociales y Administrativa. Universidad Abierta y a Distancia de México (UnADM). Recuperado de:  
[https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U2/descargables/F ME\\_U2\\_Contenido.pdf](https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U2/descargables/F ME_U2_Contenido.pdf)
5. Molina Figueroa, Blanca Estela. Et al (2019). Fundamentos de Mercadotecnia. Dirección de Divulgación Editorial Digital de Universidad Virtual. Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH). Febrero, 2019. Recuperado de:  
[https://espacioimasd.unach.mx/libro/num19/Fundamentos\\_Mercadotecnia.pdf](https://espacioimasd.unach.mx/libro/num19/Fundamentos_Mercadotecnia.pdf)
6. Fundamentos de Mercadotecnia. Unidad 3. La mezcla mercadológica. División de Ciencias Sociales y Administrativa. Universidad Abierta y a Distancia de México (UnADM). Recuperado de:  
[https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U3/descargables/F ME\\_U3\\_Contenido.pdf](https://dmd.unadmexico.mx/contenidos/DCSA/BLOQUE1/MI/02/IFME/U3/descargables/F ME_U3_Contenido.pdf)