

7. BIBLIOGRAFÍA.

ALBRECHT, DONNA G., *Promoting your Business With Free Publicity*, Prentice Hall, New Jersey 1997.

ARIAS, JUAN, *Maestros del Diseño Español, identidad y diversidad*, Experimenta, Madrid 1996.

BONSIEPE, GUI, *Teoría y Práctica del Diseño Industrial, elementos para una manualística crítica*, Gili, Barcelona 1978.

BONSIEPE, GUI, *Del Objeto a la Interfase, mutaciones del diseño*, Infinito, Buenos Aires 1999.

BRANSFORD, JHON D.- STEIN, BARRY S., *Solución Ideal de Problemas, guía para mejor pensar, aprender y crear*, Labor, Barcelona 1986.

BUCH, TOMÁS, *Sistemas Tecnológicos, contribuciones a una teoría general de la artificialidad*, Aique, Buenos Aires 1999.

BÜRDEK, BERNHARD E., *Diseño: Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, Gili, Barcelona 1994.

CAMPANA, ENZO – GÓMEZ SÁNCHEZ, FRANCISCO J., *Principios de Mercadotecnia*, Editorial Universitaria de La Plata, La Plata 2000.

DONATO, VICENTE N., *La Evolución Territorial-Sectorial de las PyMEs Argentinas (1994-2000)*, Observatorio Permanente de las PyMIs Argentinas y la Università degli Studi di Bologna - Sede Buenos Aires, Instituto para el Desarrollo Industrial de la Unión Industrial Argentina, Buenos Aires 2001.

DONATO, VICENTE N., *Evolución y Situación Actual de las Pequeñas y Medianas Industrias Argentinas 1995-2000*, Observatorio Permanente de las PyMIs Argentinas y la Università degli Studi di Bologna - Sede Buenos Aires, Instituto para el Desarrollo Industrial de la Unión Industrial Argentina, Buenos Aires 2001.

ECO, UMBERTO, *Come si fa una Tesi di Laurea. Le materie umanistiche*, Bompiani, Milano 1981 (11ª edición de 2000).

FRASSER-ROBINSON, JOHN, *El Marketing de Calidad Total*, Deusto, Buenos Aires 1993.

GOLDRATT, ELIYAHU M., *La Meta*, Castillo, Monterrey 1993.

GOLDRATT, ELIYAHU M., *No Fue La Suerte*, Castillo, Monterrey 1994.

HANAN, MACK, *Estrategias Recompetitivas*, Norma, Bogotá 1987.

KAROFSKY, PAUL I., *Cómo Sobrevivir en una Empresa Familiar* (Material del Seminario), Small Business Management Program, Northeastern University, Boston 1999.

LEVY, ALBERTO R. – WILENSKY, ALBERTO L., *Cómo hacen los que hacen*, Tesis, Buenos Aires 1987.

LEVY, ALBERTO R., *El Cómo y El Porqué, un camino hacia el desarrollo empresario*, Norma, Buenos Aires 1989.

LEVY, ALBERTO R., *Mayonesa, la esencia del marketing*, Granica, Buenos Aires 1998.

MALDONADO, TOMÁS, *Disegno Industriale: un riesame*, Feltrinelli, Milano 1976. (edición riveduta e ampliata 2001).

MANZINI, EZIO, *Artefatti. Verso una nuova ecologia dell'ambiente artificiale*, Domus Academy, Milano 1990.

MORACE, FRANCESCO, *Contratendencias, una nueva cultura del consumo*, Celeste y Experimenta, Madrid 1993.

MUNARI, BRUNO, *Da Cosa Nasce Cosa; appunti per una metodologia progettuale*, Economica Laterza, Bari 1981.

MUNARI, BRUNO, *Design e Comunicazione Visiva*, Economica Laterza, Bari 1981.

O'HARA, PATRICK D., *El Plan Empresarial Integral: cómo prepararlo, redactarlo y revisarlo*, Deusto, Buenos Aires 1993.

POPE, JEFFREY L., *Investigación de Mercados*, Norma, Bogotá 1997.

Revista ARTE E INVESTIGACIÓN, Año 3 N° 3, Revista Científica de la Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata.

Revista ARTE E INVESTIGACIÓN, Año 4 N° 4, Revista Científica de la Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata.

Revista GESTIÓN, Vol. 2 N° 4 de Julio-Agosto de 1997, Buenos Aires Review.

Revista GESTIÓN, Vol. 2 N° 5 de Septiembre-October de 1997, Buenos Aires Review.

SALLENAVE, JEAN-PAUL, *La Gerencia Integral*, Norma, Bogotá 1994.

SMITH, ADAM, *La Riqueza de las Naciones (1776)*, Edición de Carlos Rodríguez Braun, Alianza, Madrid 1997.

WEISS, W. H., *Guía Práctica para la Toma de Decisiones*, Norma, Bogotá 1987.

Aclaración:

Yo aseguro que esta Tesis fue elaborada por mí, que no utilicé ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias y que no utilicé frases o párrafo de otros autores, que este trabajo de Tesis nunca ha sido presentado ante un Comité de Evaluación de Tesis y que no transgredí derechos de terceros.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Postgrado de Marketing Internacional
Magíster en Marketing Internacional