BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ

BIBLIOGRAFÍA CANALES DE DISTRIBUCIÓN

FORMATO FÍSICO

- Alcázar Martínez, Benjamín del. 2002. ***Los canales de distribución en el sector turístico.*** Madrid: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC Editorial

- Cruz Roche, Ignacio. 2012. ***Canales de distribución: especial referencia a los productos de alimentación***. Madrid: Pirámide.

- Cruz Roche. 1999***. Los canales de distribución de productos de gran consumo: concentración y competencia***. Madrid: Pirámide

- Diez de Castro. 1993. ***Distribución comercial***. Madrid: McGraw-Hill

- Diez de Castro. 2004. ***Distribución comercial***. Madrid: McGraw-Hill

- Guzmán, Rolando M. 2017. ***El dilema económico de la democracia dominicana: crecimiento, estabilidad y distribución***. Santo Domingo: Instituto Tecnológico de Santo Domingo

- Lawrence, Arthur. 1991. ***La distribución comercial***. Bilbao, ES: Deusto

- Martínez Guerrero, Mario. 2005***. Impacto de las nuevas tecnologías en los canales de distribución financieros***. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos: Dykinson

- Molinillo Jiménez. 2014. ***Distribución comercial aplicada***. Madrid: ESIC

- Nepveu-Nivelle, F. 1968. ***Análisis de los canales de distribución y organización comercial***. Barcelona: Oikos-Tu

- Paz, Hugo Rodolfo. 2008. ***Canales de distribución: gestión comercial y logística***. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman.

- Pelton, Lou E. 1999. ***Canales de marketing y distribución comercial: el más práctico y efectivo sistema gerencial para el manejo integrado y relacional de los canales de marketing.*** Santafé de Bogotá: Irwin/McGraw-Hill

- Pelton, Lou E. 2005. ***Canales de marketing y distribución comercial: un enfoque de administración de relaciones***. México, DF: McGraw-Hill /InterAmericana.

- Wheeler, Steven. 2000. ***Los canales de distribución: cómo las compañías líderes crean nuevas estrategias para servir a los clientes***. Bogotá: Norma

- Wheeler, Steven. 2005. ***Los canales de distribución: cómo las compañías líderes crean nuevas estrategias para servir a los clientes***. Bogotá: Grupo Editorial Norma.