

6.3. BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, P. y Armstrong, G. (2010). *Mercadotecnia*. (6° Ed.). México: Pearson Educación.
- Sainz de Vicuña, J.M. (2002). *Plan de marketing en la práctica*. (5° Ed.). España-Madrid: ESIC
- Samplieri, H. R., Fernández, C. C. y Baptista, L. M. (2014) *Metodología de la investigación*. (6° Ed.). México: Mcgraw Hill
- Kotler, P. y Keller, K. L. (2006). *Dirección Del Marketing*. (12° Ed.). México: Pearson Educación
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación De Mercados, Un Enfoque Práctico*. (5° Ed.). México: Pearson Educación
- Michael, P. (1995). *La Ventaja Competitiva: Creación Y Sostenimiento De Un Desempeño Superior*. México: Grupo Editorial Patria
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología De La Investigación*. (3° Ed.). Colombia: Pearson Educación
- Stanton, W. J., Etzel, M. J. y Walter B. J. (2007). *Fundamentos Del Marketing*. (14° Ed.). México: Mc Graw Hill Interamericana

6.4. WEBLOGRAFÍA

Secretaría de Educación Continua (2019). *Reseña Histórica*. recuperado el 07 octubre del 2019 de <https://www.uajms.edu.bo/posgrado/>

Victormartinp (2019). recuperado el 06 de enero del 2020 de <https://victormartinp.com/que-es-facebook-guia-completa/>

FotoNostra (s.f.) *Mundo Digital*. Recuperado el 06 de enero del 2020 de <https://www.fotonostra.com/digital/>

Secretaría de Educación Continua (2019) *Acerca De La Sec*. Recuperado el 10 de octubre del 2019 de <https://www.facebook.com/PosgradoUAJMS/>