

Bibliografía

- Alet, J. (2007). Marketing directo e interactivo: Campañas efectivas con sus clientes.
- Bigné Alcañiz, E., Font Aulet, X., & Andreu Simó, L. (2008). Marketing de destinos Turísticos "Análisis y estrategias de Desarrollo.
- EDYFU (1997). Educación y Futuro. Fecha de consulta, 09 de septiembre de 2019, de <http://edyfu.com/es/inicio-2/>
- EDYFU (2003). Centro La Libélula. Fecha de consulta, 09 de septiembre de 2019. de <http://edyfu.com/es/inicio-2/nuestros-programas/el-centro-la-libelula/>
- JL Belío, A. S. (Febrero de 2012). Empresa en movimiento. Obtenido de <http://www.empresaenmovimiento.cl/eem/wp-content/uploads/2012/02/Claves-para-gestionar-precio-producto-y-marca.pdf>
- Kotler P. (2006). Dirección de Marketing – 12º Ed.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing (14 ed.). Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2012). MARKETING. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Oliván, A. T. (2004). Cómo elaborar un plan de empresa. Madrid, España: THOMSON.
- Ongallo, C. (2007). El libro de las ventas directas. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36756460/EI_libro_de_las_ventas_directas.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1522992900&Signature=CuiZ%2FaA%2FPk1LGG5ZTQ4Cghel4e4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEI_libro_d
- Philip, K. (2001). Dirección de Mercadotecnia.
- Riquelme, M. (junio de 2015). Las 5 Fuerzas de Porter. Obtenido de <http://www.5fuerzasdeporter.com>
- Roberto, D. (2004). Fundamentos de Marketing Teoría y Experiencia. Granica.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS (5 ed.). México: McGraw-Hill Interamericana S. A.

- UNINI (Universidad Internacional Iberoamericana) con la colaboración de FUNIBER (Fundación Universitaria Iberoamericana) (S/F).
Metodología de la investigación científica

