

5. BIBLIOGRAFIA

1. Hernández Sampieri Roberto, (2014) “METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION”, McGRAW-HILL, 6ta Edición.
2. Kotler P. (2001) DIRECCION DE MARKETING México, Editorial Pearson.
3. Kotler, Armstrong (2007) “MARKETING VERSION PARA LATINO AMERICA” México Editorial Pearson.
4. Lambin, J, (1995) MARKETING ESTRATEGICO, 3ra Edición, (Libro Clásico), España: McGraw-Hill.
5. Lovelock Christopher, (1997) MERCADOTECNIA DE SERVICIOS, (Libro Clásico). México, PRETINCE-HALL.
6. Malhotra Naresh K, (2007) “INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Un enfoque práctico” Segunda edición. Editorial Prentice Holl Hispanoamericano, S.A.
7. Pérez Cesar (2009) “TÉCNICAS DE MUESTREO ESTADÍSTICO” 1era edición.
8. Salinas Nuñez Katerine; (2017) ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA UNA NUEVA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES, Tesis.
9. Solomon, M.R, Stuar, E. W. (2001) MARKETING. Colombia: Pearson Educación.
10. Thompson Arthur A; (1997) DIRECCION ESTRATEGICA; México; Decimoquinta Edición (Libro Clásico).