

BIBLIOGRAFÍA

- CHARLER, L. W. (s.f.). *Et AL: MARKETING Pag.36*.
- Coto, M. (2016). *EL PLAN DE MARKETING DIGITAL*. Madrid: PRENTICE HALL.
- Coto, M. (2016). *EL PLAN DE MARKETING DIGITAL*. Madrid: PRENTICE HALL.
- Hartline , M., & Ferrell, D. (2018). *ESTRATEGIA DE MARKETING*. México: Cengage Learning Editores.
- Hartline , M., & Ferrell, D. (2018). *ESTRATEGIA DE MARKETING*. México: Cengage Learning Editores.
- JONES, c. W. (2010). *ADMINSTRACION ESTRATEGICA. UN ENFOQUE NTEGRADO* .
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*.
- Kotler, P. (2016). *80 Conceptos esenciales del marketing*. México: PEARSON Prentice Hall.
- Kotler, P. (2016). *80 Conceptos esenciales del marketing*. México: PEARSON Prentice Hall.
- Kotler, P. (2016). *80 Conceptos esenciales del marketing*. México: PEARSON Prentice Hall.
- KOTLER, P. Y. (2012). *Marketing*. MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). *MARKETING 4.0*. Perú: APEM.
- Lambin, Galluci, & Sicurello. (2018). *DIRECCIÓN DE MARKETING*. México: Mc Graw Hill.
- LOPEZ-RUA, J. R. (2012). *DIRECCION DEL MARKETING FUNDAMENTOS Y APLICACIONES* . MADRID.
- McCarthy, J. (2007). *Marketing de Planeacion Estrategica*.
- Mir Juliá, J. (2017). *POSICIONARSE O DESAPARECER*. Barcelona: ESIC.

PHILIP, K. (s.f.). *EL MARKETING SEGUN kOTLER COMO CREAR, GANAR, Y
DOMINAR LOS MERCADOS.*

Sicurello, J. (2008). *Fundamentos Principales del Marketing.*

Tamomes, Y. (2010). *Markeitng y sus 7 Ps.*