

1. BIBLIOGRAFÍA

1. Naresh K. Malhotra; INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Editorial: Prentice Hall México 2010
2. Philip Kotler y Kevin Lane Keller; DIRECCIÓN DE MARKETING; Editorial: isuu México 2017
3. Philip Kotler y Gary Armstrong; FUNDAMENTOS DE MARKETING; Editorial: isuu México 2018
4. Ferrell y Michael Hartline; ESTRATEGIA DE MARKETING; quinta edición; Editorial: isuu México 2017.
5. Stanton, William; FUNDAMENTOS DEL MARKETING; Editorial: McGraw.Hill/Interamericana México 2007
6. Philip Kotler; Dirección de Marketing Ed. Milenio; México
7. Kotler y Keller; Dirección de Marketing; Ed. Décimo quinta; México
8. Kotler & Armstrong, 2008
9. Programa Cooperación Integral Productiva
10. Benavides Karla; teoría del mercadeo; tercera edición academia,
11. Ibidem;
12. Stanton, Etzen y Walter en su libro Fundamentos de Marketing,
13. Manual de marketing: COMPYMEFOR Published on Argentina Sep 23, 2015:
14. Lambin et. al. (2009),

WEBGRAFÍA

1. <https://www.gestion.org>

2. <https://www.quantummx.com>
3. <http://www.marketinet.com/>
4. <https://www.ine.gob.bo/>
5. <https://www.cfb.org.bo/>
6. <https://www.top10bestwebsitebuilders.com>
7. <https://es-la.facebook.com>
8. <https://robertoespinosa.es/2016/10/23/marketing-estrategico>
9. <http://www.marketingypymesebook.com>
10. <https://es.wikipedia.org>
11. <https://issuu.com>