

BIBLIOGRAFÍA

1. Carlos E. Méndez. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Mc. Graw Hill.
2. Fred R. David. 2003. Conceptos de la Administración Estratégica, Novena Edición, Pearson educación de México, S.A. de C.V., pag. 100.
3. Henri Fayol. (1916). Administración Industrial y General. París.
4. Kotler Philip y Gary Armstrong. Fundamentos de Marketing. 6°ed. Pearson Prentice Hall.
5. Kotler, Philip, (2002).MARKETING PARA AMERICA LATINA, 10° Edit. McGraw Hill, Mexico.
6. Naresh K. Malhotra. Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico. 2°ed. Pearson Prentice Hall.
7. Namakforoosh. Metodología de la Investigación. Edit. Limusa.
8. Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas. Harvard Business Review, 3,4.
9. Sampieri, H. (2010). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill.
10. Raúl acosta meza, Vilma Viviana Ojeda Caicedo y William Arellano C.; (2001). Guía metodológica para el diseño y desarrollo del trabajo de grado. Tecnológica de bolívar institución universitaria dirección de investigaciones Cartagena.