

Bibliografía

1. Aneiva Idiaquez, G. (1991). *Metodología de la investigación*. Tarija, Bolivia.
2. Braidot, N. (2009). *Neuromarketing*. Barcelona, España: Trama Equipo Editorial.
3. Fisher, L. y Espejo J. (2011). *Mercadotecnia*. Ciudad de México: Mc Graw Hill
4. Koría Paz, R.A. (2013). *La metodología de la investigación desde la práctica didáctica*. La paz, Bolivia.
5. Kotler, P y Keller, K.L. (2016). *Dirección Del Marketing*. Ciudad de México: Pearson.
6. Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson.
7. Kotler,P. y Kartajaya,H. y Setiawuan, I.(2012). *MARKETING 3.0*. Bogotá: Lideditorial
8. Lamb, C.W. (2002). *Marketing*. Mexico: Thomson.
9. Malfitano Cayuela, O. R. (2007). *Neuromarketing celebrando negocios y servicios*. Buenos Aires: Granica.
10. Malhotra, K. N. (2008). *Investigación de mercados*. Ciudad de México: Pearson.
11. Peter J. P. (1997). *Administración del marketing: conocimiento y habilidades*. Bogotá: Mc Graw Hill.
12. Rouzet, E. (2005). *El marketing del vino: Saber vender vino*. Madrid: Ediciones mundi-prensa.
13. Sampieri Hernandez, R. (2010). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
14. Tellis, G.J. y Redondo, I. (2002). *Estrategias de publicidad y promoción*. Madrid, España: Pearson.
15. Torres Bardales, C. (1992). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú.

Weblografia

<https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

<http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/conceptos-de-comunicacion.htm>

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan040441.pdf>

<https://es.scribd.com/doc/78815273/Conceptos-de-La-Comunicacion-Diferentes-Autore>

http://www.la-razon.com/economia/Morales-promulga-singani-discusion-impositivo_0_2411758832.html

