

8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. CEUB; Documentos del XII Congreso Nacional De Universidades. Primera Edición, La Paz (2014).
2. HERNÁNDEZ SAMPLIERI ROBERTO, FERNANDEZ COLLADO CARLOS; Metodología de la investigación. Quinta edición
3. KOTLER PHILIP; Fundamentos de Marketing, sexta edición. Prentice Hall, Madrid. (2005).
4. KOTLER PHILIP Y ARMSTRONG GARY; Mercadotecnia. Sexta Edición Prentice Hall. (2013)
5. MALHOTRA, NARESH; Investigación de mercados, un enfoque práctico. 4ta edición. México, Prentice Hall Hispanoamericana. (2014)
6. MICHAEL P.; La Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo Editorial Patria, México. (1995).
7. PACHECO NAPOLEON; Fundación Milenio, Informe Economía de Bolivia, 1º Semestre 2012.
8. PUGEL B., BRUNO; Dirección de Marketing y Ventas, Tomo II, Madrid, (1998)
9. STANTON WILLIAM, ETZEL MICHAEL, J. BRUCE WALTER; Fundamentos del Marketing. 13 Edición Mexico. Mc Graw (2004).
10. SAINZ DE VICUÑA ANCIN, JOSE M.; Plan de Marketing en la Práctica, 5ª Edición, España-Madrid, (2002).