

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía.

- Austria Cooperacion Universitaria. (2017). Introduccion a los Presupuestos.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodologia de la Investigacion*. Shalom 2008.
- Castaño Leon, D., & Garcia Franco, J. (Mayo de 2017). EL CONCEPTO DEL POSICIONAMIENTO DESDE LA PERPECTIVA DE PROFESIONALES DEL MARKETING Y EL CONSUMIDOR CALEÑO, UNA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA. Cali, Colombia.
- Coca Carasila, M. (Diciembre de 2017). IMPORTANCIA Y CONCEPTO DEL POSICIONAMIENTO UNA BREVE REVISIÓN. Cochabamba, Bolivia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331007.pdf>
- Fernández Alles, M. T. (2012). Temas de Direccion de Marketing. Cadiz, España.
- Gisbert y Cia S.A. (2021). Quienes Somos. Bolivia.
- Hernández Sampieri, C. R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *Metodologia de la Investigacion*. MCGRAW-HILL.
- Hernández Sampieri, R. C. (1997). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- Ibáñez, J. L., & Manzano, R. (2008). Posicionamiento: Elemento clave de la estrategia de marketing. Madrid, España.
- Kotler, P. (2001). Direccion de mercadotecnia; Analisis, Planeacion, Implementacion y Control. Pearson Educacion.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de Mercados*. Mexico: Pearson Educacion.
- Monferrer Tirado, D. (2013). Fundamentos del marketing. España.
- Nora , S. (2018). Formulacion de presupuestos. Ambato, Ecuador.
- Peñaloza, M. (Junio de 2005). El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, Actualida contable Faces Universidad de los Andes*.
- Ponce Talancón, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Xalapa, Mexico.
- Quintana Navarro, A. B. (2016). Analisis del mercado, Direccion de marketing.

Ries, A., & Trout, J. (1996). Posicionamiento, la batalla por su mente. Mexico: Mc Graw Hill.

Rodríguez Santoyo, A. R. (Octubre de 2013). Fundamentos de Mercadotecnia. Mexico.