

10. BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

Bibliografía

- 1.- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (5ª ed.). Caracas: Episteme.
- 2.- Al, R, y Trout, J. (2000). *Posicionamiento*: Serie de McGraw-Hill-Management.
- 3.- Clow Baack. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing* .4ª edición.
- 4.- Ferrell, O. C. y Michael D. Hartline. (2012). *Estrategia de marketing* (Quinta edición). México.
- 5.- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, Pilar. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). México.
- 6.- Hernández Garnica , C., & Maubert Viveros , C. A. (2009). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación .
- 7.- Kotler, P. y Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*: México (decimoquinta edición).
- 8.- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*: México (decimocuarta edición).
- 9.- Kotler, P. Y Gary, A. (2007). *Marketing versión para Latinoamérica*: Pearson educación México (Decimoprimera edición).
- 10.- Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2013). *Fundamentos de marketing* (Decimoprimera edición) PEARSON EDUCACIÓN, México.
- 11.- Kotler, Philip y Kevin Lane Keller, (2006). *Dirección de Marketing*, PEARSON EDUCACIÓN, México. (DÉCIMO SEGUNDA EDICIÓN).
- 12.- Naresh K. Malhotra. (2008). *Investigación de Mercados*. (Quinta edición). PEARSON EDUCACIÓN, México.
- 13.- Pide Williams, M., & Ferrel O, C. (s.f.). *Marketing: Conceptos y Estrategias*. McGraw Hill.
- 14.- Stanton, Etzel y Walker, (2003). *Fundamentos de Marketing*, (14 va edición). España.