

BIBLIOGRAFÍA

1. Cesar A. Bernal. Metodología de la Investigación. Tercera edición. Pearson Educación. Colombia (2010).
2. HERNÁNDEZ SAMPLIERI ROBERTO, FERNANDEZ COLLADO CARLOS; Metodología de la investigación. Quinta edición (2011).
3. KOTLER PHILIP; Fundamentos de Marketing, Sexta edición. Prentice Hall, Madrid. (2005).
4. KOTLER PHILIP Y ARMSTRONG GARY; Mercadotecnia. Sexta Edición Prentice Hall. (2010).
5. MALHOTRA, NARESH ; Investigación de mercados, un enfoque práctico. Cuarta edición. México, Prentice Hall Hispanoamericana. (2011).
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. Décima Tercera Edición México. Mc Graw (2004).
10. SAINZ DE VICUÑA ANCIN, JOSE M.; Plan de Marketing en la Práctica, Quinta Edición, España-Madrid, (2002).

WEBLOGRAFIA

1. <https://www.uajms.edu.bo/posgrado/>
2. <http://www.uajms.edu.bo/>
3. <https://www.facebook.com/PosgradoUAJMS/>
4. <https://www.universidadesonline.com.bo/universidad-autonoma-juan-misael-saracho/posgrados>