

1. BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- García, M. (2008). *Las claves de la publicidad* (6ta ed. ed.). Madrid: ESIC.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittintong, R. (2006). *Dirección Estratégica* (Séptima ed.). Madrid: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (Sexta ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Décimo Cuarta ed.). México: Pearson Educación.
- kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (Décimo cuarta ed.). México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (1997). *Investigación de Mercados* (Segunda Edición ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Matinez, A., Ruiz, C., & Escrivá, J. (2014). *Marketing en la Actividad comercial*. Madrid: MC Graw-Hill.
- Medina, A. (2019). *Introducción a la publicidad* (Segunda ed.). Madrid: Pirámide.
- Mendez, C. (1988). *Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas* (1ra ed. ed.). Bogotá: MCGRAW-HILL LATINOAMERICANA.
- Pérez, C. (2005). *Muestreo Estadístico*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta Edición ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Zarrella, D. (2013). *La Ciencia del nuevo marketing*. Madrid: Anaya Multimedia.