

BIBLIOGRAFÍA

1. Gary Armstrong Philip Kotler. FUNDAMENTOS DEL MARKETING. PEARSON EDUCACIÓN. (2007).
2. Maciá Fernando. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL (3ª edición). ANAYA multimedia. (2018).
3. Malhotra, Naresh K., INVESTIGACIÓN DE MERCADO, un enfoque práctico, 2da edición, México.
4. Ríos Molina Luz Daniela. MARKETING DIGITAL UNA PERSPECTIVA INICIAL PARA TODOS (1ra edición). (2019).
2. ShumYi Min. NAVEGANDO EN AGUAS DIGITALES (Publicaciones Degal (2da edicion.)). (2016).

Web grafía:

1. Fámet, Andalucía. INTRODUCCIÓN A MARKETING DIGITAL. 32. <https://drive.google.com/file/d/1jskDnDCVNb3tRoV-9EPHULGLVsxKdf8v/view>. (2021).
2. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA, (Página web en línea). (2022).

Disponible en: www.ine.com.bo

3. ShumYi Min. SITUACIÓN DIGITAL, INTERNET Y REDES SOCIALES BOLIVIA 2022. Shum Yimin. <https://yiminshum.com/social-media-internet-bolivia-2022/>. (2022).