

BIBLIOGRAFÍA

Philip Kotler y Kevin Keller, “DIRECCIÓN DE MARKETING” Decimocuarta edición, año 2012, Editorial PEARSON EDUCACIÓN.

Charles W. Lamb-Joseph F. Hair, Jr.- Carl Mcdaniel “MARKETING” Decimoprimera Edición, Año 2011, Editorial Cengage Learning.

Jean-Jocques Lambin “MARKETING ESTRATEGICO” Tercera Edición, Año 1995, Editorial McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Fernando Maciá “MARKETING DIGITAL” Tercera Edición, Año 2016, Editorial ANAYA MULTIMEDIA.

Irene Feijoo Jaramillo-Juan Guerrero Jirón-Jorge García “MARKETING APLICADO EN EL SECTOR EMPRESARIAL” Primera Edición, Año 2018, Editorial UTMACH.

Kotler/Armstrong “FUNDAMENTOS DE MARKETING” Decimoprimera Edición, Año 2013, Editorial PEARSON EDUCACIÓN.

Elvis F. Ríos P.-Hérvéd A. Páez Q.-Jairo F. Barbos T. “ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN” Primera Edición, Año 2020, Editorial REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.

Fidias G. Arias (2006) “EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN” SEXTA EDICIÓN, AÑO 2006, EDITORIAL Episteme.

Cesar Augusto Bernal Torres (2016) “METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN” Cuarta Edición, Año 2026, Editorial PEARSON.