

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. Arellano, R. (2010). *Marketing para vivir mejor*. Planeta.
2. Armstrong, K. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Pearson educación.
3. Armstrong, K. (2012). *MARKETING*. Alpha.
4. Chisnall, P. (1999). *Investigación de Mercados*. Prentice hallhispanoamericana.
5. Ferrell, H. (2012). *Estrategia de Marketing*. CENGAGE Learning.
6. Fisher de la Vega, L. y Navarro, A. (2001). *Introducción a la investigación de mercados*.
Mexico.
7. Garçon, É. (2009). *Mercadotecnia de Servicios*. GRANICA.
8. Jack, A. R. (2002). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. McGraw-Hill.
9. Kerin, H., & William. (2018). *McGraw-Hill interamericana de española*.
10. Kotler, P. (2012). *Creación y Captación de valor del cliente*. México: Prentice Hall.
11. Kotler, P. (2012b). *Descripción de Objetivos*. Prentice Hall.
12. Kotler, P. y Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. Pearson.
13. Malhotra, N. K. (2012). *Marketing Research*. Mexico.
14. Martín, P. (2018). *Comercio electrónico*. ARANZADI.
15. Parmerlee, D. (2000). *Como preparar un Plan de Marketing*. ESIC.
16. Pedrigo, V. (2018). Springer.
17. Rivera, A. (2016). Enslow Publishing.
18. Stanton, W. J. (2007). *Fundamentos del Marketing*. McGraw-Hill.
19. Vera Diego, M. (2020). *Clave para un comercio electrónico exitoso*. COFOCE.