

## BIBLIOGRAFIA

1. Hernández Sampieri Roberto, Fernandez Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar: **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN** Cuarta edición Ed. McGraw-Hill México 2006.
2. BabbieEarl: **FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACION SOCIAL** Primera Edición Ed. Internacional Thomson México 2002.
3. MalhotraNaresh K. " **INVESTIGACION DE MERCADOS: Un enfoque Práctico**", Tercera Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. 2002.
4. Jany, José Nicolás: **INVESTIGACIÓN INTEGRAL DE MERCADOS**, Un enfoque aplicado, 2000.
5. Zikmund, William; **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**, Edit. Prentice Hall, 1998.
6. Kinnear Thomas/ Taylor James: **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Un enfoque aplicado**". Cuarta edición. Editorial McGraw Hill Interamericana. Colombia, 2000.
7. Willian J. Stanton, Michael J. Etzrael, Bruce J. Walker: **FUNDAMENTOS DE MARKETING**.Ed. McGraw-Hill México 2004.
8. MacDaniel Lamb Hair: **MARKETING**. 6ta Edición. Ed. International Thompson México 2002.
9. Tregoe, B. y Dimerman, J.: **ESTRATEGIA DE ALTA GERENCIA, SU NATURALEZA Y APLICACIÓN**.
10. Chiavenato, Idalberto: **INTRODUCCIÓN A LA TEORIA DE LA ADMINISTRACIÓN**.
11. Hicks, H.: "ADMINISTRACION DE ORGANIZACIONES".
12. Drucker, Peter: "LA GERENCIA, TAREAS, RESPONSABILIDADES Y PRÁCTICAS".

13. Warren, B, y Moberg, D.: Teoría de la Organización/Enfoque Integral.

14. Kotler, Philip: Dirección de Mercadotecnia.

15. Kotler Philip y Armstrong Gary: Fundamentos de Marketing.

1. [www.Economiabolivia.org](http://www.Economiabolivia.org)

2. [www.Cambio.org](http://www.Cambio.org)

3. [www.dspace.spol.edu.ec](http://www.dspace.spol.edu.ec)

4. [www.Indexmundi.com.es](http://www.Indexmundi.com.es)