

BIBLIOGRAFÍA

1. Fred, David, R: CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA, novena edición, Pearson Educación de México, 2003.
2. Fisher Laura: MERCADOTECNIA, séptima Edición. McGraw Hill. 2003.
3. Hernández Samplieri, Fernández Collado, Baptista Lucio: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, quinta edición, Ediciones Mc Graw Hill, México 2008.
4. Lamb Hair Mc Daniel: MARKETING ESTRATÉGICO, Internacional Thomson Editores Sexta Edición, México 2002.
5. Martínez, Pedrós, Daniel; Milla, Gutiérrez, Artemio: LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPLANTACIÓN A TRAVÉS DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL. Ediciones Díaz de Santos. España 2005.
6. Naresh, Malhotra: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, quinta edición, Ediciones Prentice Hall, México, 2008.
7. J.J .Lambin: MARKETING ESTRATEGICO, Ediciones Mc Graw Hill, México 2002.
8. Philip Kotler y Gary Armstrong: MARKETING, Decimocuarta Edición, México 2012.
9. Kotler y Armstrong: FUNDAMENTOS DE MARKETING, Octava edición, Ediciones Pearson Prentice Hall, México 2008.
10. Kotler y Keller : DIRECCION DE MARKETING, Duodécima Edición. Pearson Prentice Hall, México 2006
11. Lamb Hair Mc Daniel: MARKETING ESTRATÉGICO, Internacional Thomson Editores Sexta Edición, México 2002.

12. Stanton , Etzel y Walker , FUNDAMENTOS DEL MARKETING ,13va Edición , Mc Graw Hill, México 2004
13. <http://www.ehowenespanol.com>
14. <http://ricoverimarketing.es.tripod.com>
15. www.uajms.edu.bo. La economía regional del Departamento de Tarija.
16. www.elpaionline.com
17. www.larazon.com
18. www.wikipedia.org
19. <http://www.promonegocios.net/promocion/objetivos-promocion.html>