

9. BIBLIOGRAFÍA

1. BARCELO VALLS, CARLOS: Manual práctico de la promoción, de ventas, gestión y planificación integral, Barcelona, 1983.
2. COCHRAN G. WILLIAM: Técnicas de muestreo, décima primera ed. CECSA, México, 1995.
3. EHRENBERGH, A.S.C. Y GOODHARDT G.J. JEAN- JAQUES LAMBIN: Marketing estratégico, tercera edición, España: Mcgraw-Hill, 1995.
4. FERRELL, O. C.; D. HARTLINE, MICHAEL: Estrategia de marketing, 3ra ed. Thomson, 2006.
5. FICHER LAURA: Mercadotecnia; Segunda Edición, España, 1992.
6. HERNÁNDEZ SAMPLIERI, ROBERTO; FERNÁNDEZ COLLADO, CARLOS; BAPTISTA LUCIO, PILAR: Metodología de la investigación, 5ta ed. México: Mc Graw Hill, 2010
7. KOTLER, PHILIP; GARY ARMSTRONG: Fundamentos de marketing, 8va ed. Pearson Educación de México.

8. KOTLER, PHILIP: Fundamentos de Marketing (6ª edición).
Pearson Educación de México. 2003.
9. KOTLER, PHILIP: Dirección de marketing. Pearson
Educación de México, 2001.
10. KOTLER, PHILIP; LANE KELLER, KEVIN: Dirección de marketing, 12aed. México:
Pearson Educacion, 2006.
11. MUNUERA ALEMÁN, JOSÉ LUIS; RODRIGUEZ ESCUDERO, ANA ISABEL: Estrategias de marketing. España: Esic
editorial, 2006.
12. SANTESMASES MESTRE, MIGUEL; MERINO SANZ, MARÍA JESÚS ; SÁNCHEZ HERRERA, JOAQUÍN: Fundamentos de marketing, Pirámide,
2009.
13. STANTON, WILLIAM: Fundamentos de Marketing, 14va.
Edición. México: McGraw-Hill
Interamericana, 2007.
14. ZIKMUND, WILLIAM G.: Investigación de mercados. México:
Prentice Hall Interamericana, 1998.
15. ZIKMUND, WILLIAM; BABIN, BARRY: Investigación de Mercado, 9na ed.

WEBLEOGRAFÍA

<http://www.elmundo.com.bo/Secundarianew.asp?edicion=13/12/2010&Tipo=Economia&Cod=11014>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Yacuiba>

http://www.gmyacuiba.gob.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=70

http://es.wikipedia.org/wiki/Industria_alimentaria

<http://gestiondenegocios4.galeon.com/productos503984.html>