

## BIBLIOGRAFÍA

1. Buitrago Salinas Ramiro; ESTRATEGIAS DE MARKETING DE SERVICIOS PARA EL “SALVADOR HOTEL”, Tarija, Tesis, (2001)
2. Christopher, Lovelock; MERCADOTECNIA DE SERVICIOS,(Libro Clasico), Mexico, PRETINCE-HALL. (1997)
3. Figueroa Meriles Milton Oscar; DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA PROMOCIONAL PARA EL SECTOR METAL MECANICA “MUEBLERIA METALICA” DE LA CIUDAD DE TARIJA, Tarija, Tesis, (2003)
4. Héctor Baja; LA GESTIÓN DEL MARKETING DE SERVICIOS, Argentina, La Granica S.A., (2003)
5. Kotler & Armstrong; MARKETING VERSION PARA LATINOAMERICA. Mexico: PEARSON Educacion, (2007).
6. Kotler, P., & Keller, K. L.;DIRECCION DE MARKETING, Duodecima Edicion, Mexico: Pearson Educacion, (2006).
7. Lambin, J.-J. MARKETING ESTRATEGICO,3ra Edicion, (Libro Clasico), España: McGraw-Hill. (1995).
8. Malhotra, Naresh. K. INVESTIGACION DE MERCADOS.(Libro Clasico), Mexico, 5ta Edicion, Prentice Hall. (1997)
9. Salinas Nuñez Katerine; ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA UNA NUEVA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS SOCIALES, Tesis, (2008)
- 10.Sampieri Roberto Hernández; METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION, 5ta Edición, McGraw-Hill, (2010)
- 11.Solomon, M. R., & Stuart, E. W. MARKETING. Colombia: Pearson Educacion (2001).
12. Thompson Arthur A; ADMINISTRACION ESTRATEGICA; México; Decimoquinta Edición (Libro Clásico); (1997)