

BIBLIOGRAFÍA

1. Malhotra Naresh K. “INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Un enfoque Práctico”, Segunda Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., México, 2007.
2. Kotler Philip; “DIRECION DE MARKETING”, Décima Edición. Editorial Prentice Hall, Madrid, 2000.
3. Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio; “METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION”, Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill, Mexico 2006.
4. Kotler Philip; “MARKETING EN EL SIGLO VEINTIUNO”, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.
5. Zorrilla Arena Santiago, Torrez Xamar Miguel; “GUÍA PARA ELABORAR TESIS”. Editorial Mc Graw Hill.
6. Pindyck S. Robert, Rubinfeld L. Daniel; “MICROECONOMÍA”, Quinta Edición. Editorial Prentice Hall, Madrid, 2001.
7. Kotler Philip, Armstrong Gary; “MERCADOTECNIA”, Sexta Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México, 2003.
8. Avendaño Osinaga Ramiro; “METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN”, Segunda Edición. Editorial Educación y Cultura, Bolivia, 2008
9. Stanton William, Etzel Michael J, Walker Bruce J; “FUNDAMENTOS DE MARKETING”, 13a. Edición. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana, Mexico. S.A.
10. Kotler Philip, Armstrong Gary; “FUNDAMENTOS DE MARKETING”, Sexta Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México.