

BIBLIOGRAFÍA

Referencias bibliográficas

1. Alvares, A. y Jurgenson, M. (2005); El proyecto de Investigación: Guía de elaboración. Buenos Aires, Argentina
2. Eramis Bueno Sánchez, (2003), La Investigación Científica: Teoría y Metodología, México.
3. Fernández, Á. (2004). Investigación y Técnicas de Mercado (Vol. Segunda Edición). Madrid, España: ESIC. Recuperado el 27 de noviembre de 2015
4. Fernández, Á. (2004). Investigación y Técnicas de Mercado (Segunda Edición)
5. Fidas G. Arias, (2006), El Proyecto de Investigación, (6ª. ed.), Editorial Episteme, República Bolivariana de Venezuela.
6. Guillermina Baena Paz, (2017), Metodología de la Investigación (3ª. Ed.), Grupo Editorial Patria, México.
7. Keller, Kotler, (2012), Dirección de Marketing, (8ª. ed.), Editorial Mexicana, México.
8. Kotler, P. y Armstrong, W. (2012); Fundamentos de Mercadotecnia. (4a. ed.), Editorial Prentice Hall. México.
9. Michael R. Solomon, (2008) Comportamiento del consumidor (7ª. ed.), Por Pearson Educación de México.
10. Roberto Hernández Sampieri, (2014), Metodología de la investigación (6ª. ed.), Interamericana Editores S.A. De C.V. México.
11. Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados (Vol. Quinta Edición). (M. E. Salinas, Trad.) México: Pearson.

