

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA

Espinosa, R. (29 de 07 de 2013). Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>

G, K. P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Prentice Hall.

Gabriel, O. (2013). *Diccionario de Marketing*. Cultural S.A. .

Ideas Chicago. (18 de 09 de 2020). Obtenido de <http://www.ideaschicago.com/%C2%BFque-es-marketing-directo/18-09-20>

Juan, M. (2011). *Marketing en Redes Sociales*. Turiskopio.

Kanuk, L. G. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. Prentice Hall.

Kotler, P. Y. (2012). *Dirección de Marketing* . Mexico: Pearson Educación .

Kotler, p. y. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson Educación.

Mañez, R. (2018). *Ruben Mañez*. Obtenido de [https://rubenmanez.com/matriz-bcg/#:~:text=La%20Matriz%20BCG%20\(tambi%C3%A9n%20conocida,de%20marketing%20se%20pueden%20utilizar](https://rubenmanez.com/matriz-bcg/#:~:text=La%20Matriz%20BCG%20(tambi%C3%A9n%20conocida,de%20marketing%20se%20pueden%20utilizar).

Naresh, M. (2008). *Investigación de Mercados*. Pearson Educación.

Nestor, B. (2005). *Marketing Total*. Macchi.

Parada, P. (2013). Obtenido de <http://www.pascualparada.com/?s=analisis+pestel>

Stanton, W. J. (2007). *Fundamentos de Mercadotecnia*. McGraw-Hill.Interamerica.

The Power MBA . (2014). Obtenido de <https://www.thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/#:~:text=Como%20hemos%20indicado%2C%20las%20cinco,sustitutivos%20y%20rivalidad%20entre%20competidores>.

Valdés, P. (2019). *Inboundcycle*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>