

BIBLIOGRAFÍA

1. Best Roger J. (2007), “MARKETING ESTRATÉGICO”, 14va ed., España, grupo Anaya.
2. Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado y Baptistas Carlos, (2014), “METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN”, 6ta ed., México, McGRAW-HILL.
3. Jean Jacques Lambin , (1995), “MARKETING ESTRATÉGICO”, 3ra ed. España, McGRAW-HILL.
4. Kotler philip y Armstrong Gary, (2017) “FUNDAMENTOS DE MARKETING”, 13va ed., México, Pearson.
5. Kotler philip, (2001), “DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA”, 8va ed., México, Prentice Hall.
6. Kotler y Armstrong, (2007) “MARKETING VERSIÓN PARA LATINO AMÉRICA”, 11va ed., México, Pearson.
7. Lovelock Christopher, (2015), “MERCADOTECNIA DE SERVICIOS”, 7ma ed., México, Pearson.
8. Naresh Malhotra, (2008), “INVESTIGACIÓN DE MERCADOS”, 5ta ed., México, Pearson.
9. Stanton William J., Etzel Michael J. y Walker Bruce J. (2007), “FUNDAMENTOS DE MARKETING”, 14va ed., México, McGRAW-HILL.
10. Steiner George A. (2017), “PLANEACIÓN ESTRATÉGICA”, 27ma ed., México, Patria SA.
11. Luz Daniela Ríos Molina (2019), “MARKETING DIGITAL”, 1ra edición, Bolivia, imprenta INTEGRAL