

## BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Fundamentos de marketing* (11ª ed.; A. M. Zepeda, Trad.). Pearson Educación de México.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6ª ed.).
- Fischer, L., & Espejo, J. (2017). *Mercadotecnia* (5ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. (2012). *Marketing* (14ª ed.). Pearson Hispanoamérica. Recuperado de <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9786073214209>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing* (14ª ed.). Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (11ª ed.).
- Lambin, J.-J. (2013). *Marketing estratégico y operativo*. Pearson Educación.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2008). *Fundamentos de marketing*. McGraw-Hill.
- Munuera, J., & Rodríguez, A. (2016). *Estrategias de Marketing* (2ª ed.). Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14ª ed.). Pearson Educación.
- Velásquez, E. (2012). *Canales de Distribución y Logística* (1ª ed.). Tercer Milenio S.C.
- Vallejo, L. (2016). *Marketing en productos y servicios* (p. 70). Ecuador: Espoch.
- Arellano, R. (2010). *Marketing: Enfoque América Latina*. Pearson Educación.