

BIBLIOGRAFÍA

1. Jean –Jacques Lambin, “MARKETING ESTRATEGICO, Mc. Graw Hill, México, 1995
2. Philip Kotler-Gary Armstrong, “FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA”.
3. Kotler Y Armstrong, “MERCADOTECNIA” 5º Edición.
4. Porter, Michael, “ESTRATEGIA COMPETITIVA”, Editorial Continental, Edición Vigésima Tercera.
5. Fred, David, “CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA”. Edición Prentice-Hall. Edición quinta, México 1997.pag. 97
6. Brian, citado por Mintzberg , Henry; Quinn, James Brian y Voyer, John, ”EL PROCESO ESTRATÉGICO”.
7. Charles W y Gareth Jones, “ADMINISTRACION ESTRATEGICA”.
8. AMA (Asociación Americana de Marketing)
9. CENAVIT (Centro Nacional vitivinícola)
10. FDTA- Valles (Fundación para el Desarrollo Tecnológico y Agropecuario de los Valles).
11. Cochran Willian, “TÉCNICAS DE MUESTREO.”
12. Gutiérrez, Vicente; Valencia, Jesús (2002), “CADENA DE PRODUCCIÓN DEL DURAZNO EN BOLIVIA”. Bolivia: Fundación para el Desarrollo Tecnológico Agropecuario Valles (FDTA Valles)
13. Porter, Michael; SER COMPETITIVO,Ediciones,Deusto,España,1999

PÁGINAS WEB

- Definición de una página Web de internet “Marketing y Ventas”
- Obtenido de “[http: es.Wikipedia.Org/wiki/Mezcla de Mercadotecnia](http://es.Wikipedia.Org/wiki/Mezcla_de_Mercadotecnia)”
- Marketing directo por mailing, catálogos, webs, telemarketing
- “Semanario Nueva Economía”
- “Periódico Nuevo Sur opinión CENAVIT”
- Publicación del CENAVIT el 12 de Diciembre del 2008
- El agrónomo Marbel Vedia “ la contaminación”