BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. 8 ed. México:

Editorial Prentice Hall, 2008. ISBN 978-970-26-1186-8. 656 p.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing (11ma. ed.). México: Pearson.

Chiavenato, I. (2011). Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones (9na. ed.). México: Mc Graw Hill

Paul Newbold, William L. Carlson, Betty Thorne (2008) Estadística para administración y economía

Ansonff, (1991). Estrategias de las empresas Ed. Mac Milar

Fredd, D. (2007). Administración Strtion.ategic. México (9na ed.) Pearson Educa

Hamel y Prahalad. (1994) Dirección Estratégica, Harvard Review Prees.

Porter, M. (2007) Estrategia Competitiva, México. Continental S.A

G.J. Tellis y I. Redondo (2002) Estrategias de publicidad y promoción Pearson Educación, S.A. Madrid,

Roger J. Best (2007) Marketing Estratégico Pearson educación, S.A., Madrid 4.a edición

Malhotra, N. K. (2004). Investigación de mercados: un enfoque aplicado. México: Pearson Educación.

Louis E. Boone y David L. Kurtz (2012) Marketing Contemporáneo 1ª Edición

Ansoff, I. (s.f.). Estrategias para DIversificacion. Massachusetts: Harvard Business Review.

WEBLOGRAFÍA

WEBLOGRAFÍA

Stanton, Etzel, & Walker. (2007). Repositorio UMSA. 20. (C. C. LAURA, Ed.) La Paz, Bolivia. ¿Obtenido de https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/22436/CONDORI%20CHUME%20BLANCA%20LAURA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización Internacional del Café. (octubre de 2018). Informe del Mercado del Café. Obtenido de http://www.ico.org/documents/cy2018-19/cmr1018-c.pdf

Banco Central de Bolivia. (s.f.). Banco Central de Bolivia (Bonos). Obtenido de https://www.bcb.gob.bo/webdocs/slideshow/BCB_DIRECTO.pdf

Barquero, M. (15 de febrero de 2017). La Nación. Obtenido de https://www.nacion.com/economia/consumo/costarricenses-son-lossegundos-consumidores-de-cafe-enlatinoamerica/ZUHTKTQNKVFRLKNMYMOVLP2IKI/story/

Buen Café. (20 de abril de 2018). Buen Café. Obtenido de https://www.buencafe.com/blogs/tendencias-del-cafe/

Bonta, P., & Farber, M. (s.f.). En 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad (pág. 30). Norma. Obtenido de https://es.scribd.com/doc/72451085/Definicion-de-Segmento-deMercado-CONCEPTOS-VARIOSSSS.

Cadena de valor en la empresa Recuperado de: https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valorde-michael-porter/

Elementos de la cadena de valor según Michael Porter Obtenido de: https://www.beetrack.com/es/blog/elementos-de-la-cadena-de-valor-michael-porter

¿Qué es la Cadena de Valor de Porter para una empresa y cómo se hace paso a paso? Recuperado de: https://josefacchin.com/cadena-de-valor-porter/

Desarrollo de nuevos productos Obtenido: http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/08/Producto-Desarrollo_de_nuevos_productos.pdf

Qué es un mercado potencial y cómo analizarlo Obtenido de: https://blog.hubspot.es/marketing/mercado-potencial

Que se entiende por Mercado actual Recuperado de: https://www.emprender-facil.com/mercado-actual-que-tanto-lo-conoces-y-entiendes/