

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
SÍLABO: STRATEGIC MARKETING.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.
- 1.2 Malla: D.
- 1.3 Ciclo de estudios: VI.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

- Baguer Alcalá, A., & De Zárraga Rodríguez, M. (2002). *¡Dirige!: manual de conceptos prácticos y necesarios para la gestión empresarial*. Ediciones Díaz de Santos. <https://www.digitaliapublishing.com/a/136506>
- Echeverri Cañas, L. (2023). *Plan estratégico de marketing: el arte de cautivar a través de estrategias que enamoran*. Editorial Universidad del Rosario. <https://www.digitaliapublishing.com/a/126786>
- Elsässer, M. (2022). *Intelligent data-driven marketing: when physicists start thinking about marketing: from mad-man to math-man marketing*. Ibidem.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=7024641>
- García-Lavernia Gil, J. (2019). *Panorámica del marketing*. Universitat Oberta de Catalunya.
<https://www.digitaliapublishing.com/viewepub?id=61807>
- Giraldo Oliveros, M., Ortiz Velásquez, M., & Castro Abello, M. (2021). *Marketing: una versión gráfica*. Universidad del Norte. <https://www.digitaliapublishing.com/viewepub?id=101334>
- Grech Gomendio, N. (2019). *Estrategias de marketing digital en un entorno ciberseguro*. Rama Editorial.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/110160>
- Krentzel, G. (2018). *Shopper marketing estrategias de mercado*. Rama Editorial.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/110112>
- Martin-Guart, R., & López, J. B. (2020). *Glosario de marketing digital*. Editorial UOC.
<https://www.digitaliapublishing.com/viewepub?id=79400>
- Miskelly, M. (Ed.). (2019). *Encyclopedia of major marketing strategies* (Vol. 4). Gale.
<https://go.gale.com/ps/i.do?p=GVRL&sw=w&u=univcv&v=2.1&it=etoc&id=GALE%7C8OHU&sid=bookmark-GVRL>
- Moreno Company, R. (2024). *Curso de marketing digital. Cómo elaborar y ejecutar un plan de marketing digital*. Rama Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/viewepub?id=157221>
- Shum Xie, Y. (2020). *Marketing digital, herramientas, técnicas y estrategias* (2a ed.). Rama Editorial.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/127665>
- The Editors of Salem Press (Ed.). (2017). *Principles of business: marketing* (5a ed.). Salem Press.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=7a199e17-a0b1-360c-8144-5f0534a2d1e3>
- The Editors of Salem Press. (2017). *Business reference guide: studies in marketing & advertising* (2a ed.). Salem Press. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=8c1c008f-27b5-331f-892d-a5b794cbce71>
- Tomás, D., Cardona, L., Sala, M., Ortiz, D., Alcoverro, H., Roberts, S., Gil, O., Pouplana, T., & Riart, I. (2023). *Inbound marketing: curso práctico* (2a ed.). Rama Editorial.
<https://www.digitaliapublishing.com/viewepub?id=133339>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Anderson, E., Shum, M., & Zhang, J. (2018). Marketing. *Management Science*, 64(2), 8.
<https://link.gale.com/apps/doc/A534200483/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=d689a79b>
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Marketing-to-millennials: marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Business Research*, 122, 608–620.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320306688>
- Golovko, E., Lopes-Bento, C., & Sofka, W. (2022). Marketing learning by exporting – how export-induced marketing expenditures improve firm performance. *Journal of Business Research*, 150, 194–207.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322005471>
- Gross, N., & Laamanen, M. (2022). ‘Hey, you there! marketing!’ on ideology and (mis) interpellation of the marketing educator as subject. *Journal of Marketing Management*, 38(3–4), 309–332.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=5c359332-514a-38ac-8b98-bea14dbfdae2>
- Martínez-López, F., Anaya-Sánchez, R., Fernández Giordano, M., & Lopez-Lopez, D. (2020). Behind influencer marketing: key marketing decisions and their effects on followers’ responses. *Journal of Marketing Management*, 36(7–8), 579–607.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=cc4ae6d5-8887-3bc1-be30-7e8d9121fe3e>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

- Tigre Larios, K. A. (2023). *Plan de marketing estratégico para el posicionamiento de una ferretería, Chiclayo* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/124875>