

CURSO FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA.

SÍLABO: MARKET RESEARCH.

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Semestre Académico: 202402.

1.3 Ciclo de estudios: VI.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Agurto Gonzáles, C. A., Quequejana Mamani, S. L., & Luján Sandoval, L. A. (Coords.). (2021). *Mercado, protección del consumidor y uniformización del derecho*. Ediciones Olejnik.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/104528>

Bianchi, A. (2020). *Driving consumer engagement in social media: influencing electronic word of mouth*. Taylor & Francis Group.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=6425012&ppg=3>

Frikha, A. (2019). *Measurement in marketing: operationalization of latent constructs*. John Wiley & Sons.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=5966998&ppg=1>

Gordon, B. (2021). *Marketing scales handbook: multi-item measures for consumer insight research* (Vol. 11). GCBII Productions LLC.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=28510790&ppg=1>

James, O. (2022). *The entrepreneurial adventure: from small business to sme and beyond*. Business Expert Press.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=29377719&ppg=4>

Legum, B. M., Stiles, A. M., & Vondran, J. L. (2019). *Engineering innovation: from idea to market through concepts and case studies*. De Gruyter.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=a078d5e1-b446-3dd4-88f0-0d1455d993a8>

Li, Y. (2019). *Más allá del mercado y del gobierno* (R. Lastra, Trad.). Editorial Popular.

<https://www.digitaliapublishing.com/viewepub?id=155639> (Obra original publicada en 2015)

Miller, R. K. (2019). *Entertainment, media & advertising market research handbook 2019-2020* (16a ed.). Richard K. Miller & Associates.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=d8ef8992-3a4b-3d1d-8117-be50c04fad30>

Montero Mora, A. (2022). *Café: revolución verde, regulación y liberalización del mercado. Costa Rica (1950-2017)*. Pressas Universitarias de Zaragoza.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/127607>

Osorio Tinoco, F., Hernández Espallardo, M., & Rodríguez Orejuela, A. (2020). *Orientación al mercado y la ventana competitiva*. Universidad del Valle.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/83031>

Rajkumar, V., Farris, P. W., & Wilcox, R. T. (2021). *Marketing analytics: essential tools for data-driven decisions*. University of Virginia Press.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=3ad8bd37-73a7-391c-91c5-61bc5112157f>

Visconti, L. M., Peñaloza, L., & Toulouse, N. (Eds.). (2020). *Marketing management: a cultural perspective*. Taylor & Francis Group.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=6191872&ppg=4>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Ángel Martín, J., Domínguez Pérez, M., & Castillo Mena, A. (2021). The activation of citizenship as a strategy for tourism sustainability in heritage sites near the big city. The case of Madrid region. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(4), 695–711.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=cd1170c5-9b38-3d5d-a0be-9a9829f1395c>

Arteaga Flórez, A. L., Pianda Estrada, E. M., & Sandoval Montenegro, X. A. (2019). City branding como estrategia de mercado para promocionar el turismo en la ciudad de Ipiales. *Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 20(1), 22–52.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=c53d3721-852b-3e0d-88be-8d53963bf89b>

Florès, L. (2019). Can blockchain really disrupt market research? *International Journal of Market Research*, 61(5), 466–467.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=8c9a478e-6d08-3132-80d1-5a3e19ef60ee>

Karababa, E., & Schroeder, J. (2022). Historical perspectives on non-western markets and consumer cultures. *Emerald Publishing Limited*, 11(3), 249-338.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=5977937&ppg=91>

Steel, C. (2023). Standard forms: modernism, market research, and "Howl". *Twentieth Century Literature*, 69(3), 245-270.

<https://link.gale.com/apps/doc/A771952242/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=c0c614cd>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

Albitres Gonzales, D. L. (2020). *Evolución histórica de la conceptualización del turismo cultural* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/55392>

Torres Rivera, K. M. (2019). *Posibilidades de desarrollo del turismo vivencial del distrito de Antacocha, Huancavelica, 2019* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/83143>

Wilson Daniel, N. C. (2022). *Impacto del turismo gastronómico vivencial en el distrito de Quequeña en la provincia de Arequipa* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/91168>