

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA.

SÍLABO: TOURISM MARKETING.

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Semestre Académico: 202402.

1.3 Ciclo de estudios: VII.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Echeverri Cañas, L. M. (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>

Gielen, T., & Smellinckx, H. (2016). *E-mailmarketing: tips, tricks and strategieën voor zowel beginners als gevorderden!* Die Keure N.V.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=4764270>

Grönroos, C. (2022). *Marketing y gestión de servicios*. Ediciones Díaz de Santos.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/136563>

Hazeldine, S. (2013). *Neuro-sell: how neuroscience can power your sales success*. Kogan Page.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=86ba6752-26f7-3f67-a8de-23a0b3198818>

Hoyos Ballesteros, R. (2016). *Branding: el arte de marcar corazones*. Ecoe Ediciones.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/47171>

Mora García, L. A. (2011). *Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes*.

Ecoe Ediciones. <https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/zljKUDqGJuyMxl7>

Ojeda Garcia, C. D., & Marmol Sinclair, P. (2012). *Marketing turístico*. Paraninfo.

<https://link.gale.com/apps/pub/8QSY/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL>

Oliver Cuello, R. (2022). *Los retos de la empresa, el derecho y la comunicación en el mundo actual*. Bosch Editor.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/127351>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Argiro Muñoz, E., & Isaza Arredondo, G. A. (2021). Propuestas de marketing territorial para la promoción del centro de Medellín como destino turístico cultural entre jóvenes universitarios. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 17(33), 1-18.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/propuestas-de-marketing-territorial-para-la/docview/2585846220/se-2>

- Baek, J., Yeongbae, C., & Chihyung, M. (2020). Determinants of hotel guests service experiences: an examination of differences between lifestyle and traditional hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(1), 88–105.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=441e0dd4-2756-395e-a10c-a9b80487c7d8>
- Bleoju, G., Capatina, A., Rancati, E., & Lesca, N. (2016). Exploring organizational propensity toward inbound–outbound marketing techniques adoption: the case of pure players and click and mortar companies. *Journal of Business Research*, 69(11), 5524–5528.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296316303691>
- Campillo-Alhama, C., & Martínez-Sala, A. M. (2019). La estrategia de marketing turístico de los sitios patrimonio mundial a través de los eventos 2.0. *Pasos*, 17(2), 425-452.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-estrategia-de-marketing-turistico-los-sitios/docview/2713597180/se-2?accountid=37408>
- Gama de Medeiros, F., & Da Costa, F. J. (2020). Proposição de um modelo integrativo de justiça para o sistema agregado de marketing turístico. *Estudios Gerenciales*, 36(156), 251-263.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/proposiçao-de-um-modelo-integrativo-justica-para/docview/2447295011/se-2?accountid=37408>
- Hart, L. (2015). Neuromarketing offers tips to impact decision making. *Kitchen & Bath Design News*, 33(4), 18.
<https://www.proquest.com/trade-journals/neuromarketing-offers-tips-impact-decision-making/docview/1704442850/se-2>
- Holden, M., Salinas, L., & Zhang, J. (2021). Influential article review - objective or interrelated strategies: inbound marketing vs. outbound marketing. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 15(4), 83–111.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/influential-article-review-objective-interrelated/docview/2614647558/se-2?accountid=37408>
- Rodríguez-Hidalgo, A. B., Tamayo Salcedo, A. L., & Castro-ricalde, D. (2023). Influencer marketing in tourism: a systematic literature review. *Revista De Comunicación De La SEECI*, 56, 99-124.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/influencer-marketing-tourism-systematic/docview/2885926461/se-2?accountid=37408>
- Santos González, D. (2022). Los orígenes del surf en Hawai. ¿La mejor campaña de marketing turístico de la historia? *Retos*, 44(2), 1132-1140.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/los-origenes-del-surf-en-hawai-la-mejor-campaña/docview/2699550972/se-2?accountid=37408>
- Sarzuri Ayala, D. C., Miranda-Correa, C., Monforte Merlo, E., & Silva-Braga, S. (2019). La imagen de Brasil desde la perspectiva de los consumidores Mexicanos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(2), 267–289.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=135837927&lang=es&sitelive>
- Varela Varela, V., & Sánchez Amboage, E. (2022). Nuevas vías de marketing turístico. La figura del videojuego como medio de promoción turística de un destino. *Atlantic Review of Economics*, 5(1), 1-24.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/nuevas-vias-de-marketing-turistico-la-figuradel/docview/2705026199/se-2>

Zavaleta-Loloy, R., Cieza-Mostacero, S., & Pacheco-Torres, J. (2023). Influencia de los videojuegos en el turismo: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Ibérica De Sistemas e Tecnologías De Informação*, (E64), 404-415.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/influencia-de-los-videojuegos-en-el-turismo/na/docview/2973215664/se-2>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

Grandez Morales, C. E. (2020). *Marketing turístico desde la perspectiva del cliente en la agencia de viajes Carimar, San Juan de Lurigancho 2020* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75647>
