

CATÁLOGO DE LA BIBLIOGRAFÍA

Facultad: Ciencias Empresariales.

Programa: Administración en Turismo y Hotelería.

Experiencia Curricular: **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.**

Malla: D.

Ciclo: V.

Estilo: APA.

BIBLIOGRAFÍA DEL SÍLABO

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Baena Graciá, V. (2011). Fundamentos de marketing: *Entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. Editorial UOC.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=7051869>

González de la Hoz, M. (2015). Experiencia de cliente: *Un equipo de seis especialistas que explican cómo gestionar las emociones del consumidor para aumentar las ventas*. Lid Editorial. <https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/6883089?accountid=37408>

Hualde Manso, T. (2016). *Del consumidor informado al consumidor real. El futuro del derecho de consumo europeo*. Editorial Dykinson.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=6522266&ppg=1&c=UERG>

Kotler, P., Setiawan, I., & Kartajaya, H. (2018). *Marketing 4. 0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*. Lid Editorial.

<https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/6883410?accountid=37408>

Rodríguez-Ardura, I., & Ammetller, G. (2018). *Principios y estrategias de marketing*. Editorial UOC. <https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/7026011?accountid=37408>

TIPO DE MATERIAL: CAPÍTULOS DE LIBROS.

Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2001). ¿Qué factores influyen específicamente en el consumidor? *En Administración de la mercadotecnia* (2a ed., pp. 90–102). Cengage Learning.

<https://link.gale.com/apps/doc/CX3002700046/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&xid=e15ed4f1>

Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2001). Modelo del Comportamiento del Consumidor. *En Administración de la mercadotecnia* (2a ed., pp. 85-90). Cengage Learning.

<https://link.gale.com/apps/doc/CX3002700045/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&xid=4a95a662>

- Ristau, R. A. (2004). Decisiones del consumidor. En *Introducción a los negocios* (pp. 111–116). Cengage Learning.
<https://link.gale.com/apps/doc/CX3004000040/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&xid=c0f4833a>
- O'Guinn, T. C., Allen, C. T., & Semenik, R. J. (2007). La publicidad y el comportamiento del consumidor. En *Publicidad y comunicación integral de marca* (3a ed., pp. 160–164). Cengage.
<https://link.gale.com/apps/doc/CX4060200042/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&xid=a3b20eb6>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Anh, N. T. M., Dung, N. T. P., Tung, N. T., & Hue, N. T. (2024). Consumer behavior on healthy food in COVID-19: Evidence from Vietnam. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(7), 1–17.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/consumer-behavior-on-healthy-food-covid-19/docview/3048962385/se-2?accountid=37408>
- Arce-Urriza, M., & Cebollada-Calvo, J. J. (2011). Una comparación del comportamiento del consumidor en los canales online y offline: sensibilidad al precio, lealtad de marca y efecto de las características del producto. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(2), 102–111. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575811000156>
- Cruz Cárdenas, A. J. (2010). Comportamiento del consumidor receptor del regalo durante el proceso de toma de decisiones. *REMark: Revista Brasileira de Marketing*, 9(3), 5–26.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/comportamiento-del-consumidor-receptor-regalo/docview/884576651/se-2?accountid=37408>
- Haroon Rehan, M., & Afaq Qureshi, Q. (2019). Impacto de la responsabilidad social corporativa en la lealtad de los clientes: El papel mediador de la confianza de los clientes. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7, 1–23.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/impacto-de-la-responsabilidad-social-corporativa/docview/3206358909/se-2?accountid=37408>
- Madrigal-Moreno, F., Madrigal-Moreno, S., & Martínez-Villa, M.-del-C. (2024). Comportamiento del consumidor: cambios y tendencias en la sociedad contemporánea. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(106), 643–658.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/comportamiento-del-consumidor-cambios-y/docview/3201119991/se-2?accountid=37408>
- Pérez-González, B., García-Unanue, J., Sánchez-Sánchez, J., Sánchez-Burón, A., & Burillo, P. (2018). Análisis del comportamiento psicoeconómico del consumidor habitual de productos deportivos. *Retos*, 33, 267–272.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/análisis-del-comportamiento-psicoeconómico/docview/2699978643/se-2?accountid=37408>
- Pupo Jiménez, V. P. (2024). Marcas premium: inducir a error al consumidor. *Revista la Propiedad Inmaterial*, (38), 191–209.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/marcas-premium-inducir-error-al-consumidor/docview/3095698214/se-2?accountid=37408>
-

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

Carpio Solorzano, B. S. (2020). *Comportamiento del consumidor y proceso de decisión de compra en GUSH, Rímac, 2020* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/54748>

Chineros de la Cruz, P. H. (2024). *Neuromarketing y su relación en el comportamiento de compra de los clientes de ferreterías – Chimbote, 2024* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/165602>

Lachira Mogollón, S. V. (2019). *Factores de comportamiento del consumidor que influyen en la decisión de compra en el Mall Aventura y Real Plaza de la ciudad de Trujillo-2018* [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31414>

Rivera Acha, P(2024). *Marketing digital y comportamiento del consumidor en una empresa comercializadora en Ayacucho, 2024* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/163966>