

CATÁLOGO DE LA BIBLIOGRAFÍA

Facultad: Ciencias Empresariales.

Programa: Administración en Turismo y Hotelería.

Experiencia Curricular: **MARKET RESEARCH**.

Malla: D.

Ciclo: VI.

Estilo: APA.

BIBLIOGRAFÍA DEL SÍLABO

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Banasiewicz, A. D. (2013). *Marketing database analytics: transforming data for competitive advantage*. Taylor & Francis Group.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=1295134>

Bruner, I. G. C. (2021). *Marketing scales handbook : Multi-item measures for consumer insight research, volume 11*. GCBII Productions, LLC.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=28510790>

Flores, A. (2017). *Comunicación desde la PNL: no es lo que digo, sino cómo lo digo*. Ediciones de la U. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=8097>

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

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=5966998>

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

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

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

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=29377719>

Kirzner, I. M. (2002). *The Meaning of the Market Process: Essays in the Development of Modern Austrian Economics*. Taylor & Francis.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=178172>

- Krentzel, G. A. (2019). *Shopper Marketing: estrategias de mercado*. Ediciones de la U..
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9091>
- Machado, C., & Davim, J. P. (Eds.). (2013). *Management and engineering innovation*. John Wiley & Sons, Incorporated.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=1251409>
- París, J. A. (2019). *Comunicación esencial: el paradigma del marketing esencial aplicado al diseño y comunicación visual*. Ediciones de la U. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9090>
- Pina Calfi, A., Rubio-Navarro, G.(2020). *Comunicación audiovisual y digital en la escuela: hablar con imágenes, formas de estar en la red, aprender y enseñar disfrutando*. Dextra Editorial. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10555>
- Ramírez Osorio, J. H., Hoyos Walteros, H., Redondo Ramírez, M. I. (2019). *Mercado de capitales e introducción al mercado de divisas*. Ediciones de la U.
<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9536>
- Schroeder, J., & Karababa, E. (2019). *Historical perspectives on non-western markets and consumer cultures*. Emerald Publishing Limited.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=5977937>
- Visconti, L. M., Peñaloza, L., & Toulouse, N. (Eds.). (2020). *Marketing management: A cultural perspective*. Taylor & Francis Group.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=6191872>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Fang, S., & Chen, H. K. (2016). Strategic intent, organizational environment, and organizational learning mechanisms: a multiple-case study in the construction industry in Taiwan. *Personnel Review*, 45(5), 928-946.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/strategic-intent-organizational-environment/docview/1805464069/se-2?accountid=37408>
- Marín, L., & Ruiz, S. (2010, September). Estrategias de marca para nuevos productos ¿extension o alianza? *Revista Española de Investigación de Marketing*, 14(2), 91-111.
<https://link.gale.com/apps/doc/A293812985/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=79834df9>
- Mercado Barrueto, E., Rubio Rivera, A., Araya-Castillo, L., & Moraga Flores, H. (2024). Dimensions and dynamics of bibliometric and scientometric research on brand personality in the "hospitality, leisure, and tourism" sector. *Interciencia*, 49(10), 587-595.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/dimensions-dynamics-bibliometric-scientometric/docview/3134114322/se-2?accountid=37408>



- Moura, A. A., Costa, V., Loureiro, I. S., Silva, S., Mira, M. d. R., & Pereira, S. R. (2024). An overview of higher education in tourism and hospitality in Portugal. *Revista De Gestão Social e Ambiental*, 18(11), 1-19.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/overview-higher-education-tourism-hospitality/docview/3187237238/se-2?accountid=37408>
- Pulendran, S., Speed, R., & Widing II, R. E. (2003). Marketing planning, market orientation and business performance. *European Journal of Marketing*, 37(3), 476-497.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/marketing-planning-market-orientation-business/docview/237026842/se-2?accountid=37408>
- Sánchez González, M. G. (2024). Estudio de caso de un apartamento turístico (AT) en Cáceres: factores que afectan a la calidad turística. *Turismo y Sociedad*, 35, 229-257.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/estudio-de-caso-un-apartamento-turistico-at-en/docview/3083867826/se-2?accountid=37408>