

CATÁLOGO DE LA BIBLIOGRAFÍA

Facultad: Ciencias Empresariales.

Programa: Administración en Turismo y Hotelería.

Experiencia Curricular: **TOURISM MARKETING.**

Malla: D.

Ciclo: VII.

Estilo: APA.

BIBLIOGRAFÍA DEL SÍLABO

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Ander-Egg, E. (2011). *Aprender a investigar: Nociones básicas para la investigación social*. Editorial Brujas.

<https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/31187280?accountid=37408>

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

<https://www.proquest.com/docview/2699150929/bookReader?accountid=37408&sourcetype=Books>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: Cómo atraer a los clientes a través de un marketing basado en valores* (A. Lafuente & M. de Ancos, Trads.; 3.^a ed.). Lid Editorial.

<https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/6883126?accountid=37408>

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

<https://www.proquest.com/docview/2627013476/bookReader?accountid=37408&sourcetype=Books>

Ojeda García, C. D. (2012). *Marketing Turístico*. Ediciones Paraninfo.

<https://link.gale.com/apps/doc/CX7063400008/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&xid=036c3cba>

Sánchez, D. G. (2017). *Social media marketing en destinos turísticos : Implicaciones y retos de la evolución del entorno online*. Editorial UOC.

<https://www.proquest.com/docview/2685130072/bookReader?accountid=37408&sourcetype=Books>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Argiro Muñoz, E., Isaza Arredondo, G. (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)
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/propuestas-de-marketing-territorial-para-la/docview/2585846220/se-2?accountid=37408>
- 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>
- Cruz Fontecha, A. K., & Ulloa Usme, E. A. (2016). Optimización de la Cadena de Distribución del Conglomerado Pymes del Sector Cárnico de Bogotá, D.C - Gestión de Almacenes. *Revista de Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 3(6), 39-48.
<https://www.proquest.com/docview/2150540733/fulltextPDF/1C30EC4518C848FCPO/1?accountid=37408&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Chiavone Alves, G., & Pascuotto Andreoli, T. (2024). Neuromarketing and neuroscientific techniques: Academic production. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 18(4), 206-228.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/neuromarketing-e-técnicas-neurocientíficas/docview/3186374748/se-2?accountid=37408>
- Díaz Pacheco, M. V., García Pérez, M. D., & Martínez del Vas, G. (2023). Una metodología de la Administración pública para innovar en la empresa privada. *Suma De Negocios Journal*, 14(31), 102-110.
<https://www.proquest.com/docview/2931771496/298F1EF21C614667PQ/17?accountid=37408&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- 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/proposicao-de-um-modelo-integrativo-justica-para/docview/2447295011/se-2?accountid=37408>
- Gil Quiroz, Y. Y., Pihue Monzón, L. J., Aguilar Chávez, P. V., & Otiniano León, M. Y. (2023). Branding y decisión de compra en clientes de una empresa gastronómica--Perú. *Revista Telos*, 25(2), 376+.
<https://link.gale.com/apps/doc/A750861422/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=36b49d9f>
- Hernández-Mogollón, J. M., Pasaco-González, B. S., & Campón-Cerro, A. M. (2020). Aplicación del enfoque experiencial a la innovación de marketing de destinos turísticos: Recomendaciones para su implementación en Ecuador. *Innovar*, 30(77), 63-76.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/aplicación-del-enfoque-experiencial-la-innovación/docview/2436137062/se-2?accountid=37408>
- 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/docview/2614647558/fulltextPDF/48497310A5224AD2PQ/1?acc>

[ountid=37408&sourcetype=Scholarly%20Journals](https://www.proquest.com/docview/2885926461/fulltextPDF/CD0B7E377E044A24PQ/1?accountid=37408&sourcetype=Scholarly%20Journals)

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/docview/2885926461/fulltextPDF/CD0B7E377E044A24PQ/1?accountid=37408&sourcetype=Scholarly%20Journals>

Ruano-Arcos, L., Echeverri Romero, R. D., & Bolaños Delgado, S. I. (2021). Políticas, innovación abierta e internacionalización en pymes. *Pensamiento & Gestión*, 50(50), 246-273.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/políticas-innovación-abierta-e/docview/3200802563/se-2>

Santamaría Ayala, J., Quiroga Parra, D., & Gómez Tobón, C. E. (2022). El marketing digital y su incidencia en el comercio electrónico: una revisión bibliométrica. *Pensamiento & Gestión*, (53), 19-41.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-marketing-digital-y-su-incidencia-en-comercio/docview/3200798767/se-2?accountid=37408>

Varela Valera, V., & Sanchez 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-vías-de-marketing-turístico-la-figura-del/docview/2705026199/se-2?accountid=37408>

Zavaleta-Loloy, R., Cieza-Mostacero, S., & Pacheco-Torres, J. F. (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/docview/2973215664/fulltextPDF/4C4D5B5430FB4E50PQ/1?accountid=37408&sourcetype=Scholarly%20Journals>

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 UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75647>

TIPO DE MATERIAL: EXTERNO

Piqueiras, P., & Herrera Capris, M. (2025). Influencer-Activistas “Eco”, Percepciones y Sentimientos: Un Análisis desde el Neuromarketing. *Visual Review*, 17(3), 59–73.
<https://visualcompublishations.es/revVISUAL/article/view/5787/4179>