

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN Y MARKETING.
SÍLABO: LEGISLATION APPLIED TO MARKETING.

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.

- De Nova Labián, A. J. (2012). *Manual jurídico de comercio electrónico y marketing on-line para la empresa 2.0*. Ediciones Experiencia. <https://www.digitaliapublishing.com/a/37012>
- Gracia Martín, L. (2019). *El moderno derecho penal económico empresarial y de la globalización económica*. Ediciones Olejnik. <https://www.digitaliapublishing.com/a/104611>
- Grimaldos García, M. I., & Navarro Matamoros, L. (2020). *La caducidad por tolerancia en el derecho de marcas*. Dykinson. <https://www.digitaliapublishing.com/a/76478>
- Guerrero Gaitán, M. (2019). *Derecho de marcas. Teoría y práctica internacional*. Universidad Externado de Colombia. <https://www.digitaliapublishing.com/a/82892>
- Lhoeste, F. Á., Cuervo Rojas, M. E., Torres Alfonso, L. M., & Ruiz Gómez, P. P. (2019). *Fundamentos de derecho empresarial*. Universidad de la Salle. <https://www.digitaliapublishing.com/a/65613>
- Pérez Rodríguez, M. (Coord.). (2015). *Derecho empresarial* (2a ed.). ICB Editores. <https://www.digitaliapublishing.com/a/125510>
- Tobón Franco, N. (2008). *Marketing jurídico. Sus relaciones con la responsabilidad profesional*. Editorial Universidad del Rosario. <https://www.digitaliapublishing.com/a/10275>
- Tobón Franco, N. (2019). *Abogados al derecho. Marketing jurídico y responsabilidad profesional* (2a ed.). Editorial Universidad del Rosario. <https://www.digitaliapublishing.com/a/65221>
- Velasco Ordóñez, P., Payán Rodríguez, C. F., & Guerrero Gaitán, M. (Ed.). (2016). *El nuevo derecho de marcas: perspectiva en Colombia, Estados Unidos y la Unión Europea*. Universidad Externado de Colombia. <https://www.digitaliapublishing.com/a/68685>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Alvisa Morales, A. (2016). Crítica semiótica al derecho de marcas. *Revista Signa*, (25), 373-384. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/critica-semiotica-al-derecho-de-marcas-semiotic/docview/1833921830/se-2?accountid=37408>

- Gutiérrez Ossa, J. A. (2013). El derecho empresarial internacional y el reconocimiento del sujeto empresa. *Revista CES Derecho*, 4(1), 14-28.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-derecho-empresarial-internacional-y/docview/1734274120/se-2?accountid=37408>
- Montenegro, Y. A., & Cabrera, K. I. (2022). Protección y legitimidad de los nombres comerciales frente a la marca y nombre social en la Comunidad Andina. *Revista Ius et Praxis*, 28(2), 63-80.
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S0718-00122022000200063>
- Núñez Martínez, J. J. (2013). ¿Marketing jurídico o promoción de despachos? *Revista De Derecho UNED*, (12), 643-665.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/marketing-jurídico-o-promoción-de-despachos-legal/docview/1541479266/se-2?accountid=37408>
- Ramos Gutiérrez, M., & Fernández-Blanco, E. (2021). La regulación de la publicidad encubierta en el marketing de influencers para la generación Z ¿Cumplirán los/as influencers el nuevo código de conducta de autocontrol? *Revista Prisma Social*, (34), 61-87.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-regulación-de-publicidad-encubierta-en-el/docview/2573515466/se-2?accountid=37408>
- Schweigert, V., & Geyer-Schulz, A. (2019). The impact of the General Data Protection Regulation on the design and measurement of marketing activities: introducing permission marketing and tracking for improved marketing & CRM Compliance with Legal Requirements. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 13(4), 63-71.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/impact-general-data-protection-regulation-on/docview/2336296753/se-2?accountid=37408>
- Villasante, A., Vignote, S., & Blanco, R. (2014). Análisis estadístico de los nombres comerciales de maderas en un país (España). *Madera Y Bosques*, 20(2), 59-70.
<https://link.gale.com/apps/doc/A429278494/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=078a917e>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

- Gutiérrez Alva, A. A. (2021). *Influencia del marketing digital en el comportamiento del consumidor. Revisión sistemática de la literatura* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/72078>
- López Berrios, K. K. R. (2019). *Marketing estratégico y posicionamiento de marca en NutraStevia E.I.R.L, S.M.P, año 2019* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/42921>
- Ramos Lara, K. F. (2018). *Marketing digital y posicionamiento del Consultorio Estético Almaplasty – Lima, 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/24557>
- Tejada Ventura, F. del R. (2022). *La relación del Inbound Marketing y la captación de clientes de los talleres de la Municipalidad Distrital de Víctor Larco Herrera, 2021* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/107248>