

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN Y MARKETING.
SÍLABO: MARKETING DE SERVICIOS Y RELACIONAL.

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.
- 1.2 Semestre Académico: 202402.
- 1.3 Ciclo de estudios: V.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

- Grönroos, C. (2022). *Marketing y gestión de servicios* (R. F. Ramírez León & J. M. Criado Fernández, Trad.). Ediciones Díaz de Santos. <https://www.digitaliapublishing.com/a/136563> (Obra original publicada en 1990)
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2006). *Dirección De Marketing* (C. E. Rivera, Trad.; 12a ed.). Pearson Educación. <https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/gk94jTZcGP7alwn> (Obra original publicada en 2006)
- Piattini Velthuis, M. G. (2019). *Calidad de servicios: basados en tecnologías de la información*. Ra-Ma Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/110162>
- Sarmiento Guede, J. R. (2015). *Marketing de relaciones: aproximación a las relaciones virtuales*. Dykinson. <https://www.digitaliapublishing.com/a/40620>
- Valdivia García, J. A. (2013). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. IC Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/86799>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2021). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Ediciones Díaz de Santos. <https://www.digitaliapublishing.com/a/136574>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Chica Mesa, J. C. (2005). Del Marketing de servicios al marketing relacional. *Revista Colombiana de Marketing*, 4(6), 60-67.
<https://link.gale.com/apps/doc/A154818075/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=33cdc537>
- De Guzmán Miranda, J. C. N. (2014). Estrategia de marketing relacional para lograr la fidelización de los clientes. *Revista Apuntes Universitarios*, 4(2), 25-42.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/estrategia-de-marketing-relacional-para-lograr-la/docview/2463297539/se-2?accountid=37408>

- Gómez-Bayona, L., Arrubla-Zapata, J. P., Aristizábal Valencia, J. A., & Restrepo-Rojas, M. J. (2020). Analysis of relational marketing strategies in higher education institutions in Colombia and Spain. *Retos: Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 327-342.
<https://link.gale.com/apps/doc/A678766609/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=8cc8b3eb>
- Guadarrama Tavera, E., & Rosales Estrada, E. M. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. *Ciencia y Sociedad*, 40(2), 307–340.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=68a9d83c-02ac-36aa-a585-7bc6c017b2ff>
- Hernández-Santaolalla, V., & Rubio-Hernández, M. del M. (2014). Marcas compartidas. El branding relacional como base para la movilización de los consumidores. *AdComunica. Revista Científica De Estrategias, Tendencias e Innovación En Comunicación*, (8), 39-56.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/marcas-compartidas-el-branding-relacional-c/omo/docview/2616326378/se-2?accountid=37408>
- La Fuente Cardona, S. D. (2013). Marketing relacional en la industria farmacéutica de la ciudad de Cochabamba. *Revista Perspectivas*, 16(31), 63-86.
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S1994-37332013000100002>
- Proença, J. F., & Martins Silva, M. (2008). Os efeitos da desmaterialização das relações bancárias devido ao uso do Internet «Banking» e do marketing relacional. *Revista Portuguesa E Brasileira De Gestão*, 7(1), 88-102.
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S1645-44642008000100010>
- Restrepo Torres, M. L. (2005). El mercadeo relacional observado en la práctica empresarial de las PYMES. *Revista Universidad y Empresa*, 4(9), 170-196.
<https://link.gale.com/apps/doc/A174195497/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=39f31f53>
- Travassos Rosário, A., & Casaca, J. A. (2023). Relational marketing and customer satisfaction: a systematic literature review. *Estudios Gerenciales*, 39(169), 516-532.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/relational-marketing-customer-satisfaction/docview/2923075483/se-2?accountid=37408>
- Zambaldi, F., Mascarenhas, A., Bernardes, R. C., & Garcia Neto, M. (2010). Relational competence, customer trust and relationship effectiveness in an offshore service provider: the case of IBM Brazil. *Revista De Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 4(3), 102-115.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/relational-competence-customer-trust-relationship/docview/857722017/se-2?accountid=37408>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

- Castro Gatica, N., & Mozombite Pinedo, G. P. (2019). *El marketing relacional y su influencia en las ventas de servicios turísticos de la agencia de viajes ALUX TRAVEL, Tarapoto – 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/39378>

- Riva Aviles, M. del P. (2018). *Calidad de servicio y el marketing relacional en los clientes de un banco privado, agencia Mercado Productores, Santa Anita, 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31958>
- Trucios Juan de Dios, M. (2018). *Marketing relacional y la calidad de servicios en los clientes de una compañía de cosméticos, San Isidro – 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/19617>
- Venturo Caro, A. D. E. (2021). *Marketing relacional de servicios digitales y la satisfacción de clientes banca prime en una entidad financiera privada, Pueblo Libre, 2021* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/96983>