

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN Y MARKETING.
SÍLABO: MARKETING DIGITAL.

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.

- Elson, C. (2021). *Nuevos modelos de negocio: emprendimiento en la era de la tecnología*. Editorial UOC. <https://www.digitaliapublishing.com/a/112337>
- Forero Molina, S. C., & Garzón Medina, C. (Eds.). (2020). *Consumo, prácticas y mercados emergentes: reflexiones del consumidor latinoamericano*. Ediciones USTA. <https://www.digitaliapublishing.com/a/115750>
- García Ponce, D., Mercado Sáez, M. T., Monedero Morales, C. del R., & Smolak-Lozano, E. (Coord.). (2022). *Gestión estratégica de campañas publicitarias y de relaciones públicas en los entornos online*. Editorial UOC. <https://www.digitaliapublishing.com/a/116300>
- Gómez-Zorrilla, J., & Sánchez Piña, D. (2022). *Guía práctica de analítica digital: ROI, KPI y métricas*. Lid Editorial Empresarial. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=29421508>
- Grech, N. (2019). *Estrategias de marketing digital en un entorno ciberseguro*. Ra-Ma Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/110160>
- Moreno Company, R. (2024). *Curso de Marketing Digital. Cómo elaborar y ejecutar un plan de marketing digital*. Ra-Ma Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/157221>
- Sanagustín, E. (2017). *Plan de contenidos para medios sociales*. Editorial UOC. <https://www.digitaliapublishing.com/a/79598>
- San Juan, M. Á. (2023). *Comunicación, branding y eventos corporativos: estrategias de comunicación para un entorno digital e inclusivo*. Ra-Ma Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/129803>
- Shum Xie, Y. M. (2020). *Marketing digital. Herramientas, técnicas y estrategias* (2a ed.). Ra-Ma Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/127665>
- Somalo, N. (2017). *Marketing digital que funciona: planifica tu estrategia e invierte con cabeza*. Lid Editorial Empresarial. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=6883095>
- Valiente Alber, S. (2016). *Marcas sonrientes: humor y engagement en publicidad*. Editorial UOC. <https://www.digitaliapublishing.com/a/43908c>

Villén Higuera, S. J., Ma, X., & Ruiz del Olmo, F. J. (Eds.). (2022). *Nuevas prácticas digitales y formas de comunicación móvil en China: una perspectiva multidisciplinar*. Editorial Dykinson. <https://www.digitaliapublishing.com/a/124521>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Apasrawirote, D., Yawised, K., & Muneesawang, P. (2022). Digital marketing capability: the mystery of business capabilities. *Marketing Intelligence & Planning*, 40(4), 477-496. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/digital-marketing-capability-xa0-mystery-business/docview/2654040020/se-2?accountid=37408>

Ballesteros Herencia, C. A. (2019). La representación digital del engagement: hacia una percepción del compromiso a través de acciones simbólicas. *Revista de Comunicación*, 18(1), 215-233. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=da4c97a1-9a25-3884-a5ee-0ef13d95c205>

Busca, L., & Bertrandias, L. (2020). A framework for digital marketing research: investigating the four cultural eras of digital marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 49, 1-19. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=6ad9ebdd-1094-3942-8079-9943885ad57>

Zurita Andión, J. L. (2019). El engagement y las nuevas narrativas en el diseño de la comunicación digital. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(2), 1249-1261. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-engagement-y-las-nuevas-narrativas-en-diseño/docview/2274469673/se-2?accountid=37408>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

Alvarez Silva, M. G. (2023). *Inbound marketing en una empresa de Ancón, 2023* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/132282>

Cárdenas Camacllanqui, L., & Escriba Cuzcano, A. W. (2021). *Evolución del marketing digital en las empresas. Revisión sistemática de la literatura* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/67603>

Gonzales Quito, G. J. (2022). *Benchmarking aplicado al marketing digital en las empresas de telecomunicaciones Perú 2022* [Tesis de Posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/97782>

Gutierrez 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>