

**PROGRAMA:** MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN  
**SÍLABO:** DEMANDA SOCIAL Y MARKETING EDUCATIVO

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.
- 1.2 Malla: P.
- 1.3 Ciclo de estudios: I.

**ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA:** APA.

---

**BIBLIOGRAFÍA**

**MATERIAL:** LIBROS.

- Barceló Hernando, A., & Fernández Laso, M. C. (Coords.). (2021). *Nuevos retos del patrimonio cultural: comunicación, educación y turismo*. Editorial Dykinson.  
<https://www.digitaliapublishing.com/a/100740>
- Brock, S. E. (2013). *At the Intersection of education, marketing, and transformation*. Academic Studies Press. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=3110532>
- Echeverri Cañas, L. M. (2022). *Marketing para instituciones de educación superior: Cómo crear valor extraordinario*. Universidad del Rosario. <https://www.digitaliapublishing.com/a/126787>
- Grech, N. (2019). *Estrategias de Marketing Digital en un entorno ciberseguro*. RA-MA Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/110160>
- Halpern, N., & Graham, A. (2013). *Airport Marketing*. Routledge.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=1221462&ppg=1>
- Martos Martínez, A., Simón Márquez, M. del M., Gázquez Linares, J. J., Molina Moreno, P., & Fernández Gea, S. (2023). *Innovación docente e investigación en educación: nuevas tendencias para el cambio en la enseñanza superior*. Editorial Dykinson.  
<https://www.digitaliapublishing.com/a/144064>
- Martínez Polo, J. M., Martínez Sánchez, J., & Parra Meroño, M. C. (2015). *Marketing digital: guía básica para digitalizar tu empresa*. Editorial UOC. <https://www.digitaliapublishing.com/a/43843>
- McGruer, D. (2019). *Dynamic digital marketing: master the world of online and social media marketing to grow your business*. John Wiley & Sons.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=5988987>
- Marketing Publishing (2022). *La estrategia básica de marketing*. Ediciones Díaz de Santos.  
<https://www.digitaliapublishing.com/a/136601>
- Oplatka, I., & Hemsley-Brown, J. (Eds.). (2012). *The management and leadership of educational marketing: Research, practice and applications* (Vol. 15). Emerald Group Publishing.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=1042688>
- Rey Romero, M., & Peña Lapeira, C. (2021). *Las competencias blandas en el emprendimiento*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://www.digitaliapublishing.com/a/131365>

**MATERIAL: ARTÍCULOS.**

- Bertotti, V. (2024). The emotional power of educational branding: exploring parental decision-making in South Australia's preschool choices. *Discourse*, 1–15.  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01596306.2024.2432427#abstract>
- Caridad, M., Castellano, M. I., & Hernández, M. F. (2015). Marketing experiencial para la promoción del proceso educativo a nivel de pregrado: un estudio de dos universidades privadas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, 23(2), 81-95.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=b032d13e-dde4-37a4-b478-2b837b5c9eca>
- Caron Estrada, R., & Mattos Navarro, P. (2023). Educación virtual y marketing educativo como estrategias de proyección nacional e internacional de posgrados en ciencias farmacéuticas y bioquímicas en universidades públicas de Bolivia. *Apuntes Universitarios*, 13(3), 55–67.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=4340d42e-b6e4-38c6-85b1-fb4d4fcac30d>
- Delgado Cedeño, M. I., & Passailaigue Baquerizo, R. M. (2018). Diseño de estrategias de marketing para captación de estudiantes en la Unidad Educativa Particular Bilingüe Ecomundo de la ciudad de Guayaquil. *Revista Científica Ecociencia*, 4(4), 1–23.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=d3f2887e-1469-39c9-a255-9c74bac685f1>
- Ganga-Contreras, F., Rodríguez-Quezada, E., & Guiñez-Cabrera, N. (2021). Metodología de aprendizaje-servicio en un proyecto integrado de costos y marketing. *Alteridad: Revista de Educación*, 16(1), 51–64.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A678606255/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=e75e7927>
- Gómez-Bayona, L., Arrubla-Zapata, J. P., Aristizábal Valencia, J. & Restrepo-Rojas, M. J. (2020). Análisis de las estrategias de marketing relacional en instituciones de educación superior de Colombia y España. *Retos*, 10(20), 327-342.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A678766609/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=8cc8b3eb>
- Gordillo, L. D. J., Domínguez, B. M., Vega, C., De la Cruz, A., & Angeles, M. (2020). El marketing educativo como estrategia para la satisfacción de alumnos universitarios. *Propósitos y Representaciones*, 8(1), 1-12.  
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S2307-79992020000100006>
- Gregurec, I., Mandić, M., & Bakić, J. (2024). The role of educational content marketing – case study analysis of ict companies. *Ekonomika Misao i Praksa*, 33(1), 113–133.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/role-educational-content-marketing-case-study/docview/3073266746/se-2?accountid=37408>
- López-Aza, C., Vázquez, J. L., & Lanero, A. (2019). La Responsabilidad Social Universitaria como estrategia de marketing en la universidad. *AD Research ESIC*, 19(19), 68–85.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=892783d6-1960-3f82-96f8-fa08be18451e>
- Medina Chicaiza, R. P., Jarrín Arias, J., & García García, J. (2019). Marketing de proximidad: una herramienta de promoción de productos o servicios educativos. *3C Empresa*, 8(2), 44–67.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/marketing-de-proximidad-una-herramienta-promoción/docview/2257253527/se-2?accountid=37408>

- Moorman, C., & Day, G. S. (2016). Organizing for Marketing Excellence. *Journal of Marketing*, 80, 6–35.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=a8eb9b6b-37f5-3bad-9fdb-c690c131dfdd>
- Mosquera Carrascal, A., Jurado-Zambrano, D. A., & Espinal Marulanda, J. J. (2023). Intencionalidades de cocreación de valor en el marketing: una revisión sistemática de literatura. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 19(36), 1-30.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A740163179/IFME?u=univcv&sid=bookmarkIFME&xid=3077fd1e>
- Navarro del Toro, G. J. (2022). El paradigma del marketing digital en la academia, el emprendimiento universitario y las empresas establecidas. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25), 1-24..  
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S2007-74672022000200045>
- Nuseir, M. T., & El Refae, G. A. (2022). Factors influencing the choice of studying at UAE universities: an empirical research on the adoption of educational marketing strategies. *Journal of Marketing for Higher Education*, 32(2), 215–237.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=02861f4b-2066-34d8-96ab-56c326637619>
- Riccomini, F. E., Silva Cirani, C. B., De Carvalho Pedro, S., Menezes Garzaro, D., & Sie Kevin, K. (2024). Innovation in educational marketing: a study applied to Brazilian private higher education institutions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 34(1), 95–115.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=6f6e05e2-01da-3065-a4e9-45ff1c599b60>
- Romo González, L. E., & Navarro Del Toro, G. J. (2022). Marketing, la mejor herramienta para que el emprendedor universitario tenga éxito en el mercado digital. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25), 1-29.  
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S2007-74672022000200037>
- Rueda Vega, J. D., Robert González, M. A., Alonso González, A., & Collazos Hernández, I. (2018). Análisis de la oferta educativa superior de pregrados universitarios de marketing en Colombia, en 2017. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 14(26), 90-101.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A630066481/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=6c8a045c>
- Rust, R. T. (2020). The future of marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 37(1), 15–26. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167811619300503>
- Salas Canales, H. J. (2017). Influencia del marketing relacional en los resultados organizacionales de instituciones educativas privadas de Lima Metropolitana (Perú). *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 19(1), 63-74.  
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S2313-29572017000100007>
- Segarra Mieles, A. G., Jácome Ortega, M. J., & Rivera Costales, J. A. (2024). Innovación educativa: estrategias de marketing digital para atraer estudiantes en Babahoyo. *Conrado*, 20(100), 137-145.  
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S1990-86442024000500137>
- Vallet-Bellmunt, T., Rivera-Torres, P., Vallet-Bellmunt, I., & Vallet-Bellmunt, A. (2016). Eficiencia del plan de marketing como técnica de aprendizaje cooperativo. *European research on management and business economics*, 22(1), 17–24.  
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=474c795a-f40c-3fd3-bb4d-5ea56d16328b>
- Valenzuela-Keller, A., Gálvez Gamboa, F. A., Mella-Sanhueza, L., & Vergara-Morales, M. (2024). Determinantes de las compras impulsivas online: un caso de consumidores jóvenes en Chile. *Innovar*, 34(91), 1-22.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/determinantes-de-las-compras-impulsivas-online-u/n/docview/3099484942/se-2?accountid=37408>

- Wilson, J. A. J., & Grant, J. (2013). Islamic marketing - a challenger to the classical marketing canon? *Journal of Islamic Marketing*, 4(1), 7–21.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/islamic-marketing-challenger-classical-canon/docview/1317665182/se-2?accountid=37408>
- Zhang, P. V., Kim, S., & Chakravarty, A. (2023). Influence of pull marketing actions on marketing action effectiveness of multichannel firms: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 51(2), 310–333.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/influence-pull-marketing-actions-on-action/docview/2780259471/se-2?accountid=37408>
- 

#### **MATERIAL: TESIS.**

- Condori Flores, J. P. (2018). *Gestión de herramientas de marketing digital y comportamiento de compra en clientes de Huella de Campeones S.A.C, Tarapoto, 2018* [Tesis de Posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/28639>
- Pajuelo Villafana, C. del P. (2018). *Marketing educativo y desarrollo institucional, Institución Educativa “Capitán Fuerza Aérea del Perú José Abelardo Quiñones Gonzáles”, La Molina, 2018* [Tesis de Posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/27145>
- 

#### **MATERIAL: EXTERNO.**

- Carpio Maraza, A., Hancoco Gomez, M. S., Cutipa Limache, A. M., & Flores Mamani, E. (2019). Estrategias del marketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos de la Región de Puno. *Comuni@cción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 10(1), 70-80. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.10.1.331>
- Núñez, V. (2017). *Marketing Educativo. Cómo comunicar la propuesta de valor de nuestro centro*. Ediciones S. M.  
[https://aprenderapensar.net/wp-content/uploads/2017/05/Primerasp%C3%A1ginas\\_marketing\\_educativo.pdf](https://aprenderapensar.net/wp-content/uploads/2017/05/Primerasp%C3%A1ginas_marketing_educativo.pdf)