

PROGRAMA: MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA
SÍLABO: GERENCIA DE MARKETING

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

MATERIALES: LIBROS.

- Adi, A., Grigore, G., & Crowther, D. (Eds.). (2015). *Corporate social responsibility in the digital age*. (Vol 7). Emerald Group Publishing.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=cc269fde-34cb-3c93-b252-3e505a1ef4bb>
- Cibrián Barredo, I. (2018). *Marketing digital: mide, analiza y mejora*. ESIC Editorial.
<https://www.alphaeditorialcloud.com/library/publication/marketing-digital-mide-analiza-y-mejora>
- De Toro, J. M., & Villanueva, J. (Coords.). (2018). *Marketing estratégico*. Alfaomega.
<https://www.alphaeditorialcloud.com/library/publication/marketing-estrategico>
- Gupta, K., Angadi, V. B., & Das, M. R. (Eds.). (2010). *Innovative marketing strategy: balancing commercial goal and corporate social responsibility*. Himalaya Publishing House.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=587952>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing: Versión para Latinoamérica* (11a ed., L. E. Pineda Ayala, Trad.; 11a ed.). Pearson Educación de México.
<https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/wBllcfSGOilbyFP> (Obra original publicada en 2006)
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2015). *Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia* (6a ed.). Pearson Educación. <https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/1Zbqt7z5snmrN0F>
- Olea Pacheco, D. M., & Pacheco García, R. (2012). *Marketing, la administración y la gerencia básica para las mipymes colombianas: micros pequeñas y medianas empresas*. Universidad Piloto de Colombia. <https://www.digitaliapublishing.com/a/39193>
- Páramo Morales, D., Silva Guerra, H., Acevedo Navas, C., Cotes Escolar, J., Martínez Díaz, D., Ortiz Velásquez, M., Giraldo Oliveros, M., & Juliao Esparragoza, D. (Eds.). (2017). *Gerencia de marketing*. Editorial Universidad del Norte. <https://www.digitaliapublishing.com/a/46685>
- Prieto Herrera, J. E. (2008). *Gerencia de ventas*. Ecoe Ediciones.
<https://www.digitaliapublishing.com/a/102958>
- Prieto Herrera, J. E. (2015). *Gerencia de ventas: sea un animador de sus vendedores* (2a ed.). Ecoe Ediciones. <https://www.digitaliapublishing.com/a/70616>
- Ramon, A. E., & Segovia Lopez, C. (2016). *Comunicación integrada de marketing*. ESIC Editorial.
<https://www.alphaeditorialcloud.com/library/publication/comunicacion-integrada-de-marketing>

- Soto Jaramillo, G. J., Ruiz Campuzano, J. F., Echavarria Arboleda, J., Restrepo, S. L., Velásquez Mesa, J. C., & Barrera Tobar, J. G. (2020). *Gerencia de ventas* (3a ed.). Ediciones Universidad EAFIT. <https://www.digitaliapublishing.com/a/115669>
- Somalo, N. (2017). *Marketing digital que funciona: planifica tu estrategia e invierte con cabeza*. Lid Editorial. <https://www.proquest.com/legacydocview/EBC/6883095?accountid=37408>
- Tracy, B. (2014). *Marketing (the Brian Tracy Success Library)*. AMACOM. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=1596433>
- Villegas, J., & Escalante, J. E. (2016). *Gerencia de marca: un enfoque estratégico*. Fondo Editorial Universidad EAFIT. <https://www.digitaliapublishing.com/a/67647>
-

MATERIALES: ARTÍCULOS.

- Alkhateeb, F. M., Clauson, K. A., & Latif, D. A. (2012). Availability and Perceived Value of Masters of Business Administration Degree Programs in Pharmaceutical Marketing and Management. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 76(4), 1-10. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/availability-perceived-value-masters-business/docview/1160605440/se-2>
- Arteaga, J. (2013). Mango: ¿un caso de globalización? Análisis de su estrategia y política de marketing-mix internacional. *Innovar*, 23(48), 95-109. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/mango-un-caso-de-glocalizacion-analisis-su/docview/1677602562/se-2?accountid=37408>
- Barroso, F., & González, S. (2009). Las marcas del distribuidor: estrategia de diversificación de mercados y canales de comercialización para pequeños y medianos fabricantes. *Anáhuac Journal*, 9(2), 55-66. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=47713123&lang=es&site=ehost-live>
- Barrientos Felipa, P. (2011). El Clúster en La Estrategia De Marketing Internacional. *Semestre Económico*, 14(28), 49-66. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=3cba54fa-6dc6-39f5-9609-280e95f7e5d9>
- Cacho-Elizondo, S., & Lázaro Álvarez, J.-D. (2018). Transformación digital de los negocios de network marketing, multinivel y ventas directas. El impacto de nuevas herramientas y plataformas digitales. *Anáhuac Journal*, 18(2), 11-39. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=135289704>
- Gross, C. W., & Verma, H. L. (1977). Marketing and Social Responsibility. *Business Horizons*, 20(5), 75-82. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=46de77f0-70ed-3994-b8bf-98513d73136f>
- Huempfnér, L., & Kopf, D. A. (2017). Using stakeholder marketing and social responsibility for new product development in higher education: a business Spanish model. *Journal of marketing for higher Education*, 27(2), 251-273. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=b9bf7051-570e-377f-b04f-feaa06077ae0>

- Melchor Rueda, F. P., Márquez Sánchez, E. del C., & Estrada Portales, V. D. (2021). Personal branding y personal marketing: procesos complementarios centrados en la marca personal. *Anáhuac Journal*, 21(2), 104–129.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=156751289&lang=es&site=ehost-live>
- Perez Guzmán, G. (2013). Análisis de redes de relaciones y administración de servicios para el cliente en el sector detallista (tiendas departamentales). *Anáhuac Journal*, 13(1), 85–120.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=88925200&lang=es&site=ehost-live>
- Spivak Einhorn, E. J. (2012). Análisis cuanti-cualitativo del impacto de las redes sociales como clave en el modelo de comunicación, e influencia y posible modelo de negocio de la industria textil en los jóvenes. *Anáhuac Journal*, 12(2), 73–101.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=f727eb1a-7604-3c0f-a9dd-d647b3fd71e3>
- Zurita-Mézquita, E. C., Berttolini-Díaz, G. M., & Gerardo Barroso-Tanoira, F. (2021). Redes sociales en la micro, pequeña y mediana empresa. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 15(4), 141–163.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=153593227&lang=es&site=ehost-live>
-

MATERIALES: TESIS.

- Castilla Aguilar, C. L. (2019). *Inbound marketing y proceso de ventas de la empresa Travelcan Perú, 2019* [Tesis de Posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/62233>
- Cornejo Tello, C. del P., & Díaz Chávez, W. L. (2021). *Marketing experiencial y satisfacción de los usuarios visitantes del Gran Teatro Nacional, San Borja - Lima, 2021* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/85061>
- Guerrero Carbajal, L. M. (2020). *Comunicación integrada de marketing como estrategia para el posicionamiento de marca: una revisión sistemática* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66216>
- Gutierrez Arestegui, R. A., & Ortiz Cuya, E. G. (2020). *El marketing digital en el entorno empresarial: una revisión sistemática de la literatura* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56557>
- Huanila Velásquez, J. A., Inoñan Vergara, M. Á., Quiroz Zapata, P. C., & Zegarra Gonzales, M. C. (2020). *Marketing digital un instrumento de mejora continua* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/57874>
-

MATERIALES: EXTERNO.

- Martínez, A., Ruiz, C., & Escrivá, J. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. McGrawHill.
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>