

BIBLIOGRAFÍA

1. A.F., S., & Wankerl, C. (1990). *Administración* . Mexico: Pearson.
2. Agüero, A., Martínez, L., & Simón, C. (2002). *La acción social de la empresa: alianzas entre empresas e instituciones no lucrativas : el caso español y latinoamericano*. Madrid: Pearson Educacion.
3. Alhucena, W. F. (2012). La toría de la mente en la educación desde el enfoque socio-historico de Lev Vigotsky. *Revista Educación Humana*, 53.
4. Andreasen, A. (1995). *Marketing Social Change*. - JosseyBass. San Francisco: Bass Publishers.
5. Armas, J. (1992). *Teoría y técnicas de investigación social*. Sucre: Editorial Tupac Katari.
6. Ayala, G., & Mauricio, O. (2011). *Responsabilidad social universitaria*. El Salvador: UFG Editores.
7. Cárdenas, J. (2013). Guía para universidades ambientalmente responsable. *Red ambiental universitaria*, 1-36.
8. Daniel, R. (17 de Enero de 2018). *Bajón histórico de interesados en estudiar en la "U" pública*. Obtenido de El País : <https://www.elpaisonline.com/index.php/breves/item/279341-bajon-historico-de-interesados-en-estudiar-en-la-u-publica>
9. Dicyt. (2009). *Rol del Co-Gobierno en la Gestión Universitaria de la UAJMS*. Tarija: Dicyt.
10. García, V. G. (2012). *La innovación docente reflexiones a partir del enfoque histórico* . Costa Rica: Universida de Costa Rica .
11. Goldberg, M., & Susan, M. (2017). *Social Marketing: Theoretical and Practical Perspectives*. Nueva York: Psychology Press.
12. Gómez Vieites, A. (2006). *Marketing relacional, directo e interactivo*. D.F. Mexico: RA-MA Editorial.
13. Kotler, P., & Arthur, A. (2008). *Fundamentos de Marketing* . Mexico : McGraw-Hill Education.
14. Kotler, P., & Lee, N. (1992). *Social Marketing: Influencia de la conducta de la gente*. Madrid: Dias de Santos.
15. Kotler, Philip. (2009). *El Marketing según Kotler como crear, ganar y dominar los mercados*. Barcelona: McGraw-Hill Education.
16. Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2007). *Fundamentos de mercadotecnia*. D.F. México: Prentice-Hal.
17. Kotler, Philip; Eduardo, Roberto. (2002). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
18. Kotler, Philip; Lee, Eduardo; Ned, Roberto. (2002). *Social marketing: improving the quality of life*. Nueva York: Second Edition.
19. Lee, N., & Kotler, P. (2016). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. Nueva York: SAGE Publications.
20. Maqueira, J. M., & Bruque, S. (2009). *Marketing 2.0: el nuevo marketing en la web de las redes sociales*. D.F. Mexico: RA-MA Editorial.

21. Mendieta, A. (14 de Junio de 2017). *En la UAJMS: Administración de Empresas realizó su primera campaña de limpieza “Yo Me Sumo”*. Obtenido de Nuevo Sur: <http://www.diarionuevosur.com/en-la-uajms-administracion-de-empresas-realizo-su-primera-campana-de-limpieza-yo-me-sumo/>
22. Münch, L., & Ángeles, E. (2010). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México: Editorial Trillas.
23. País, E. (11 de Diciembre de 2017). *La “U” expulsa a su primer docente por acoso sexual en facultad de Yacuiba*. Obtenido de <http://eju.tv>: <http://eju.tv/2017/12/tarija-la-u-expulsa-a-su-primer-docente-por-acoso-sexual-en-facultad-de-yacuiba/>
24. Pehr, G., Max, J., & Rickard, R. (2011). *Marketing a brand in social media*. Nueva York: OEM International.
25. Ramirez, M. (2016). La influencia del uso de teléfonos inteligentes en el PEA es estudiantas de la Facultad de Ciencias Económicas y Ciencias de la Universidad Juan Misael Saracho. *Investigación y Desarrollo*, 24-33.
26. RSU. (14 de agosto de 2018). Obtenido de responsabilidad social universitaria (RSU): <http://www.rsuchile.cl/p/universidad.html>
27. Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. México : Mc Graw Hill.
28. UAJMS, S. d. (2018). *Plan Estrategico Institucional 2016-2020*. Tarija: UAJMS.
29. universitaria, O. I. (2004). *royecto Universidad Construye País* - www.construyepais.cl. Chile: Universidad.
30. Vallaeys, F., de la Cruz, C., & Sasia, P. M. (2009). *Responsabilidad social universitaria: Manual de primeros pasos*. México D.F.: McGraw-Hill.
31. Vega de la Torre, o. (2011). *Guías metodológicas para el trabajo de grado universitario*. La Paz: editorial LaRazón,.
32. Willian, S. (2007). *Conceptos, Planificación y Estrategias*. Colombia: Mcgraw Hill.