

BIBLIOGRAFÍA

- Bolivia. Leyes, e. (2009). *Constitución Política del Estado plurinacional de Bolivia*, promulgada el 9 de febrero 2009 (formato PDF). Artículo 46.
- De la Torre, Ernesto y Navarro, Ramiro. (1995) *Metodología de Investigación*, p.3. Mc Graw Hill. México.
- Díaz, J. (2014). *Los recursos y materiales didácticos en Educación Física*. 1996, págs. 42-54
- Martin, E. (2008). *El concepto de campo como herramienta metodológica*.
Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis). N° 123, 11 – 33.
- Sabino, C. (1996) *El proceso de investigación*. Buenos Aires, Editorial Lumen Humanitas. p.156.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2004). *Marketing*. Pearson educación. S.A. Madrid.
- Alvarado Oyarce, O. (2010). La crisis educativa en el Perú. Cinco hipótesis explicativas. *Educación* (16), 14-19. Recuperado el 15 de junio de 2016 de:
<http://www.unife.edu.pe/pub/reeducacion/revedu2010.pdf>.
- Cobo Quesada, F. & González Ruiz, L. (2007). Las implicaciones estratégicas del marketing relacional: fidelización y mercados ampliados. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense* (40), 543-568. Recuperado el 07 de mayo de 2019 de:
- Drucker, Peter, (2008). *Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI*. (Ed. Rev.). Ed. Norma Santa Fe de Bogotá.
- Hanson, M. & Henry, W. (1992). Strategic Marketing for Educational Systems. *School Organization*, 12(3), 255-267. Recuperado el 26 de abril de 2015 de la base de datos Academic Search Complete de EBSCO.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing (Decimoprimer ed.). (A. Mues Zepeda, Trad.) Naucalpan de Juárez, Estado de México, México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Manes, Juan Manuel (1 de enero de 2005). «Marketing para instituciones educativas: guía para planificar la captación y retención de alumnos». *ResearchGate*. Consultado el 17 de junio de 2022.

Núñez, Víctor (17 de julio de 2017). «Marketing educativo: Cómo comunicar la propuesta de valor de nuestro centro». *Goodreads*. Consultado el 26 de abril de 2022.

Pérez Romero, Luis. (2004) Marketing Social. Teoría y Práctica. Pearson Prentice Hall. México

Pride. William M. y Ferrel. O. C., (1997). Marketing: conceptos y estrategias. Editorial McGraw- Hill

Rizvi, S. & Khan, M. (2010). The Uniqueness of Educational Marketing. *Journal of Economics & Engineering*(4), 39-43. Recuperado el 26 de abril de 2015 de la base de datos Academic Search Complete de EBSCO

Rosette, Aarón (12 de agosto de 2020). “¿Qué es Marketing Educativo?”. *Mkt Edu*. Consultado el 17 de junio de 2022.

Saldaña Espinosa, J. (1999). Mercadotecnia para instituciones educativas. *Contaduría y Administración* (192), 45-54. Recuperado el 15 de mayo de 2015 de: <http://www.ejournal.unam.mx/rca/192/RCA19206.pdf>.

Santesmases Mestre, M. (2012). Marketing: Conceptos y estrategias (Sexta ed.). Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Stanton. J., Etzel J., y Walker J (1992) Fundamentos de Marketing, 6ª ed. México, D.F: McGraw Hill.

Stanton W. (1984). Fundamentos de mercadotecnia. Tercera edición, McGraw-Hill.

Stonner, J, Freeman, R, y Gilbert, D. (1996). *Administración*. (7ma. Ed.) México. Editorial Prentice Hall.

Tousley. Rayburn D., Clark Eugene y Clark Fred E., (1980). *Principios de mercadotecnia*. Unión tipográfica editorial.

Ansoff H. (1965), "Corporate Strategy", McGraw Hill: New York. American Marketing Asociación: MarketingPower.com, sección. Dictionary of Marketing Terms. Extraído de URL del sitio: <http://www.marketingpower.com/>

Bernal, (2010) *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia.

Cornejo Caldas, C. (2013). *Plan de marketing basado en estrategias competitivas para la implementación de un restaurante de comida japonesa y Nikkei en la ciudad de Chiclayo, Chiclayo - Perú: Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo*.

Camargo, Rocha y Costa (2016), en la investigación titulada: *Estrategias de marketing no proceso de internacionalização de franquias brasileiras*, (Tesis de Pregrado), Universidad Católica Portuguesa: Brasil. Extraído de: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S180648922016000400570&lang=pt. ISSN 1983-0807 On-line versión. ISSN 1806-4892. [25 de octubre del 2017]

Custodio, L. R. y Salazar, S. G. (2016). *Plan de marketing para el posicionamiento del arroz Doña Cleo Añejo en los principales distritos de Chiclayo, periodo 2015*, Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo,

Chiclayo, Perú). Esterkin, J. (22 de febrero de 2008). *Mejores proyectos*. Obtenido de: <https://iaap.wordpress.com/author/iaap/>

Farias (2014), en la investigación titulada: *Marketing Strategies Used by Chilean Enterprises to Increase customer lifetime value*, (Artículo de Investigación Científica y Tecnológica), Universidad del Valle, Chile.

Fischer, I., & Espejo, J. (2016). *Mercadotecnia*. México: Mc. Graw Hill.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill-Educación.

Hoffman, Douglas y Bateson (2002). Fundamentos de Marketing de Servicios. Conceptos, estrategias y casos. Segunda Edición. México: Editorial Thomson.

Jobber, D., & Lancaster, G. (2012). Administración de ventas. Estado de México: Pearson education de México S.A.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. México d.f.: Pearson Educación.

Martínez, K. & Mechato, E. V. (2014). Diseño de plan de marketing para las farmacias independientes Karla y Patricia en el distrito de José Leonardo

Ortiz, Chiclayo para el año 2014 (Tesis de pregrado), Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

Meregildo, G., & Santos, O. (2014). Plan de Marketing y estimación de su impacto en las ventas de la empresa Turismo Ejecutivo S.R.L. de la ciudad de Trujillo. (Tesis de pregrado), Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

Oliveras G. (2015) Estrategias de marketing territorial en una región transfronteriza: Tamaulipas-Texas” (Artículo Científico), Colegio de la Frontera Norte, Departamento de estudios urbanos y medio ambiente, Tijuana, México. Extraído de:
http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S071909482015000200005&lang=pt.

Orosco Q. (2015). Estrategias de marketing y Posicionamiento de un determinado producto (lavavajilla tips) de la compañía Calbaq. Guayaquil: Universidad De Guayaquil.

Palela S. & Martins P. (2012), “Metodología de la investigación cuantitativa”, 3ra Edición

TESIS

Estrategia de marketing digital para la empresa virtualcorp consultora/ Zubieta Choque Ramiro.

Plan de marketing educativo para incrementar matricula de estudiantes en una institución educativa privada de Lima/ Nelly Virginia Cáceres Espinoza

WEBGRAFICA

1. Obtenido de:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.iesalc.unesco.org/2021/06/01/covid-19-su-impacto-en-la-educacion-superior-y-en-los-ods/&ved=2ahUKEwiPx4qF9rL7AhU6LLkGHZR-CVQQFnoECBgQAQ&usg=AOvVaw3t80x4_9TGFnnlGnuVadqp

2. Obtenido de:

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://reencuentro.xoc.uam.mx/index.php/reencuentro/article/download/1024/990/&ved=2ahUKEwiVpJnN97L7AhXRE7kGHXy9CGIQFnoECA4QAQ&usg=AOvVaw11G1qQYhAvX9whLtQ96UM0>

3. Obtenido de:

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.universidadesbol.com/2020/12/en-tarifa-un-20-de-los-estudiantes-dejo.html%3Fm%3D1&ved=2ahUKEwjji-GO-LL7AhUkuZUCHdGwBe8QFnoECBIQAQ&usg=AOvVaw1RJoFrowwst1D9p9GtlgYd>

4. Obtenido de:

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://blog.adventures.do/marketing-digital-para-las-instituciones-de-educacion-superior/&ved=2ahUKEwjW09CW-bl7AhU2BLkGHVTkDWCQFnoECAwQAQ&usg=AOvVaw2ShHQaPUtjkXn8PpXJXEtP>

5. Obtenido de:

<https://www.ine.gob.bo/>

6. Obtenido

https://biblioteca.uajms.edu.bo/biblioteca/opac_css/index.php?lvl=search_result

7. Obtenido de:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://repositorio.usil.edu.pe/bitstreams/e760ac6f-31ce-488d-a5b5-002503c778cc/download&ved=2ahUKEwiK1d-z8bL7AhXSGLkGHbGrCVgQFnoECAwQAQ&usg=AOvVaw1lg2YI_J49NZuHUTHijBaB

8. Obtenido de:

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11609&ved=2ahUKEwjUwIbP9LL7AhX4GLkGHZxxDFMQFnoECDIQAQ&usg=AOvVaw0dzF-Y187YyOaAFxxTOLx5>

9. Obtenido de:

<https://impactum.mx/marketing-para-escuelas-y-universidades/>

10. Obtenido de:

https://www.google.com/amp/s/www.hint.mx/blog/5-estrategias-en-tendencia-del-marketing-educativo%3fhs_amp=true

11. Obtenido de:

<https://www.isolated.es/blog/marketing-educativo/>

12. Obtenido de:

<https://www.isolated.es/blog/marketing-educativo/>

13. Obtenido de:

<https://startupmarketing.com/estrategias-de-marketing-para-instituciones-educativas/>

14. Obtenido de:

<https://mexico.unir.net/comunicacion-mercadotecnia/noticias/estrategias-marketing-digital/>

15. Obtenido de:

<https://www.genwords.com/blog/marketing-educativo/>

16. Obtenido de :

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2267957>