Bibliografía 1.

1. Callupe Palacin, L. N., & Rapri Palpa, J. K. (2022). Marketing digital y desarrollo turístico del Bosque de Piedras de Huayllay, por la Municipalidad Distrital de Huayllay–2018.
2. Contreras, A., García, I., Ronco, V., Rubio, Á., & Valdivia, O. (2018). Marketing digital para dummies. Grupo Planeta.
3. Carasila, M. C. (2007). Importancia y concepto del posicionamiento una breve revisión teórica. *Perspectivas*, (20), 105-114.
4. Donoso, A. P. V. (2020). Fundamentos de estrategia de inbound para marketing en redes sociales. Prohominum, 2(4), 104-114.
5. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.
6. Jiménez, Marisa Martín. "Marketing Digital" (Ebook). s.l.: MARCOMBO, Segunda Edicion 2020.
7. José María Estrade Nieto, David Jordán Soro y María Ángeles Hernández Dauder. "Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO y Analítica Web". s.l.: ANAYA MULTIMEDIA, 2020.
8. Kother, A. (2013). Philip & Gary. Fundamentos del Marketing. Decimoprimera edición. México, Editorial PEARSON Educación.
9. Kotler, P. (2001). Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control. Magíster en Administración-Tiempo Parcial 29, ESAN.
10. Lamb, C., Hair, J., & Mc Daniel, C. (2011). Marketing, decimoprimera edición. Santa Fe, México, Cengage Learning.
11. Markuleta, Mikel. "Marketing online". Madrid. España: ESIC, 2020.
12. Marcia, Fernando. "Estrategias de Marketing Digital" (EBOOK). s.l.: ANAYA MULTIMEDIA, 2018.
13. Ortegón, C. (2019). Qué es y cómo hacer un Plan de marketing digital paso a paso. InMarketing. RD Station.
14. Paredes, M., Moreno, N., Teran, P., & Salgado, D. (2019). Marketing de servicios. Ediciones Grupo Compás.
15. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya y Iwan Setiawan. "Marketing 4.0". s.l.: LID, 2018
16. Selman, H. (2017). Marketing digital. Ibukku.

17. Torres, L. P. C., & Sanchez, D. G. F. (2022). Estrategias de marketing digital y su incidencia en el crecimiento sostenible de la micro y pequeña empresa: Análisis de casos. Economía & Negocios, 4(2), 297-318.