



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ

Bibliografía Psicología del consumidor

- Arenal Laza, C. (2017). **gestión de la atención al cliente / consumidor**. UF0036. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/44237>
- Arenal Laza, C. (2018). **Técnicas de información y atención al cliente, consumidor, usuario: UF0037**. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/44246>
- Arenal Lazam, C. (2025). **Gestión de la atención al cliente / consumidor**. UF0036. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/286035>
- Cárdenas Antunez, R. J. (2014). **Análisis del consumidor**. Editorial Digital UNID. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/41181>
- Cisneros Enríquez, A. (2013). **Neuromarketing y neuroeconomía: código emocional del consumidor**. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/70413>
- Crespo, E. (2007). GIL, Adriana ; FELIU, Joel ; BORRÀS, Vicent y JUANOLA, Eduard. **Psicología económica y del comportamiento del consumidor**. Athenea digital, 11, 259-262. <https://acortar.link/RvO1Wv>
- **Digital neuromarketing: the psychology of persuasion in the digital age**. (2024). *Guía de la Psicología*, 451, 39-39. <https://research-ebSCO-com.ezproxy.unapec.edu.do/linkprocessor/plink?id=a0b52afe-1522-3f0f-9d1b-f75c6cc00b7c>



- Donoso, S. (2019). **Metodología simbólica, para el desarrollo intuitivo de perfiles de consumidores, basados en comportamientos arquetípicos.** *Actas de Diseño*, 29, 250–254. <https://research-ebsco-com.ezproxy.unapec.edu.do/linkprocessor/plink?id=72eca178-ecd5-3f0d-bd91-fabc9274c15f>
- Espallardo García, O., Gámez, M., Gómez, P. M., López de la Rica, A. N., & Bonavía Martín, T. (2023). **Psicología Económica: Comportamiento del Consumidor y Salud.** *Guía de la Psicología*, 443, 3-6. <https://research-ebsco-com.ezproxy.unapec.edu.do/linkprocessor/plink?id=27f5b28f-0037-3cb3-af38-39bf26d2682c>
- Flores, J. E., Beltrán, C., & Constante, D. (2020). **Influencia del Proceso de Comunicación comercial en la Psicología del Consumidor.** *593 Digital Publisher CEIT*, 5(2), 56-69. <https://acortar.link/II6pEU>
- Garzón Medina, C., Forero Molina, S. C., Pineda Ríos, W. D., & Lopera Marín, A. (2021). **Influencia de los anuncios publicitarios en redes sociales en la respuesta emocional y la intención de compra de bebidas lácteas funcionales.** *Interdisciplinaria: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 38(2), 167-182. <https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.2.11>
- Haws, K. L., & Yamim, A. P. (2025). **Seeing the forest through the trees and on tees: Nature and consumer decision-making.** *Journal of Consumer Psychology (John Wiley & Sons, Inc.)*, 35(3), 511-521. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1457>
- Khalil, A. (2022). **La efectividad de la Comunicación digital de marca.** *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 23(102), 19. <https://research-ebsco-com.ezproxy.unapec.edu.do/linkprocessor/plink?id=8ec114be-93aa-339a-abb3-f7bba5955a14>



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ

- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). **Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital**. LID Editorial España.
<https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/269981>
- KV, R., & Selvam, V. (2024). **Explorando los Factores que Influyen en la Toma de Decisiones de los Consumidores en la Era de las Redes Sociales: Un Estudio de la Dinámica y las Tendencias**. *UCJC Business & Society Review*, 21(83), 40-63. <https://doi.org/10.3232/UBR.2024.V21.N4.01>
- Medina, V., Villegas, D., & Abril, M. (2020). **Psicología del consumidor y las nuevas tendencias en los medios de comunicación publicitaria**. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5), 169-182. <https://acortar.link/jCpaLv>
- Moral Jiménez, M. de la V., & González Carreño, C. (2022). **Marketing sensorial y perfil del consumidor: La psicología del color en el diseño del producto**. *Pensando Psicología*, 18(1), 1-26. <https://doi.org/10.16925/2382-3984.2022.01.03>
- Moral Jiménez, M. de la V., & González Carreño, C. (2023). **Marketing sensorial y perfil del consumidor: La psicología del color en el diseño del producto**. *Pensando Psicología (Medellín)*, 18(1).
<https://doi.org/10.16925/2382-3984.2022.01.03>
- Núñez Cansado, M., López López, M. A., & Vela Delfa, C. (2021). **Revisión teórico-científica del marco conceptual de la emoción y el sentimiento y su aplicación al neuromarketing**. *Vivat academia (Alcalá de Henares)*, 154.
<https://acortar.link/Uvj02A>
- Onofre Chaves, D. (2017). **La investigación en estilos de vida en psicología de consumidor**. *Cultura, educación, sociedad (Barranquilla)*, 8(1), 51-70.
<https://acortar.link/5w3m6m>



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ

- Palacios-Chavarro, J. A., Marroquín-Ciendúa, F., & Pérez-Portillo, M. Á. (2023). ***Campaña de comunicación sobre consumo responsable de productos de la industria de la moda: Percepción del mensaje e influencia en el comportamiento de millennials en Colombia.*** *Revista de Comunicación*, 22(1), 355-375. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3007>
- Pretel Jiménez, M., De Frutos Torres, B., & Sánchez Valle, M. (2018). ***Relación entre marca y el consumidor en las redes sociales: estudio del vínculo afectivo de los jóvenes con dos marcas tecnológicas.*** *Revista de Comunicación*, 17(2), 229–245. <https://doi-org.ezproxy.unapec.edu.do/10.26441/RC17.2-2018-A10>
- Riswanto, A. L., Kim, S., Williady, A., Ha, Y., & Kim, H.-S. (2025). ***How Visual Design in Dairy Packaging Affects Consumer Attention and Decision-Making.*** *Dairy*, 6(1), 4. <https://doi.org/10.3390/dairy6010004>
- Samuel-Lajeunesse, J. F. (2004). ***psicología económica y del comportamiento del consumidor.*** Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unapec/titulos/56313>
- Sánchez, J. L., Fuentes, N. C., & Pérez Acosta, A. M. (2016). ***Aportes de la psicología al consumerismo: Educación y defensa de los consumidores.*** *Persona (Lima, Peru)*, 19, 201-220. <https://acortar.link/BQ6YBW>
- Song, C., & Kim, E. (2025). ***The Influence of New Media Literacy on Brand Engagement: Mediating Effects of Perceived Interactivity and Openness and the Moderating Effect of Age.*** *Behavioral Sciences* (2076-328X), 15(4), 458. <https://doi.org/10.3390/bs15040458>
- Stoklasa, M., & Matušinská, K. (2022). ***Consumer Perception of Regional Brands in Czechia in 2021.*** *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D, Faculty of Economics & Administration*, 30(1), 1-11. <https://doi.org/10.46585/sp30011359>



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ

- Zhao, Y., & Chung, W. (2025). ***Digital Emotional Bonds: How Virtual Anchor Characteristics Drive User Purchase Intention in Livestreaming E-commerce***. *SAGE Open*, 15(2), 1-18.
<https://doi.org/10.1177/21582440251342981>