

GUÍA DOCENTE
WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN
Y
OPTIMIZACIÓN

GRADO EN PROTOCOLO, ORGANIZACIÓN DE
EVENTOS Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA
(PRESENCIAL)

PROMOCIÓN 2022-20223
CURSO 2024-2025

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

IA. Identificación de la Asignatura	
Asignatura	WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	CUARTO curso, Primer semestre
Nº de créditos	6,0 ECTS
Idioma en el que se imparte	Castellano
Campus virtual	https://www.cedeu.es/grados-universitarios/grado-en-protocolo-les
Calendarios y horarios	https://www.cedeu.es/_docs/horarios/PROTOCOLO/3-PRO-1er-semester.pdf

IB. Profesorado	
Personal docente	CRISTINA MONTES PASTRANA
Correo electrónico	c.montespastrana@cedeu.es
Categoría	LICENCIADA
Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a través de correo electrónico.
Tiempo estimado de respuesta en comunicaciones profesor-alumno	48 h (días lectivos) desde la recepción del correo electrónico/mensaje privado enviado a través del sistema de comunicaciones del campus virtual.

NOTA IMPORTANTE: MODELO FORMATIVO DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2022-2023

En la actualidad, las normas respecto a las restricciones en materia sanitaria debidas al COVID-19 han pasado a ser prácticamente inexistentes en la Universidad Rey Juan Carlos, siguiendo las indicaciones marcadas por la Comunidad de Madrid. CEDEU, como centro adscrito se adhiere a este planteamiento, esto es, por ejemplo, toda la formación será presencial, se podrá acceder al Centro sin control de temperatura y no será obligatorio el uso de mascarillas dentro de las aulas ni en zonas comunes.

En cualquier caso, CEDEU se reserva la decisión de tomar medidas sanitarias en función de la deriva que tengan los casos de contagios debidos al COVID-19.

Con la finalidad de poder responder de manera ágil a los cambios de situación que la evolución de las condiciones sanitarias pudiera requerir, bien para regresar a un modelo mixto (presencial + remoto) como para atender a la necesidad de realizar toda la actividad a distancia, ante un agravamiento de la situación, esta Guía Docente detalla, a nivel de asignatura, cómo se aplicará el plan de contingencia de CEDEU en el caso de que fuese necesario. Para ello, en los apartados de “Actividades Formativas” y el de “Metodologías Docentes”, se especifica las adaptaciones de estos elementos curriculares que se llevarán a cabo en el caso de que la situación lo requiera.

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

II. Presentación (Objetivos de la asignatura)

Los aspectos teóricos y prácticos que componen esta asignatura preparan al alumnado a la dinámica de la comunicación profesional que se lleva a cabo online. Para ello, se hará hincapié en las propiedades relacionadas con la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, que están siendo contempladas en las estrategias comunicativas contemporáneas al desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Los contenidos se enmarcan en el contexto de la formación de profesionales capaces de planificar, gestionar y evaluar, de manera crítica e interpretativa, la comunicación en el ámbito online, aplicando los conocimientos adquiridos a la comunicación institucional y de organización integral de eventos.

El planteamiento global de la asignatura tiene en cuenta las tendencias en comunicación y marketing en el entorno digital, incidiendo en la importancia de los medios y redes sociales en el marco de la comunicación institucional online y en el conocimiento de la infraestructura que la soporta.

III. Competencias Básicas y Generales

Competencias Generales

- CG02. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica
- CG03. Capacidad de analizar, reunir, compilar y sintetizar información y datos.
- CG05. Desarrollar aprendizaje autónomo en el ámbito de estudio
- CG06. Capacidad de organización y planificación
- CG08. Conocimientos informáticos relativos al ámbito de estudio
- CG09. Capacidad para reunir, valorar e interpretar información proveniente de fuentes diversas
- CG10. Capacidad para tomar decisiones y para la resolución de problemas
- CG14. Capacidad para razonar críticamente y capacidad de autocrítica
- CG18. Dominar la expresión oral y escrita como vía de comunicación y en especial los usos necesarios para su aplicación al área profesional

Competencias específicas

- CE07. Adquirir los conocimientos precisos en el área de comunicación y el funcionamiento de los medios en su relación con las instituciones o empresas, como principio fundamental para posicionar el mensaje.
- CE13. Ser capaz de transmitir diferentes mensajes, a todo tipo de públicos discriminando la información de modo preciso.
- CE14. Conocer los principios generales de la comunicación corporativa, así como el funcionamiento de los medios en su relación con las instituciones y/o empresas.
- CE15. Conocimiento del ecosistema de medios de comunicación online y uso de las herramientas de comunicación corporativa y marketing.

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

CE16. Conocer y saber aplicar el proceso de formación de identidad e imagen de marca de una institución o entidad.

CE17. Ser capaz de identificar, valorar y gestionar los intangibles de la empresa relacionados con la comunicación.

CE18. Ser capaz de gestionar la imagen y reputación corporativa de manera integral.

CE19. Capacidad de comunicación y relaciones institucionales: habilidad para la defensa y presentación de diferentes proyectos relacionados con marca, eventos o comunicación corporativa.

CE26. Capacidad para organizar un departamento de comunicación. La gestión de la comunicación corporativa con los diferentes medios de comunicación. Adecuación del mensaje a los diferentes modelos y medios de comunicación.

CE29. Capacidad de gestión de imagen y de estructurar los mensajes en función del soporte y el medio de difusión.

IV. Actividades Formativas			
Tipo	Contenido	HORAS	PRESEN.
AF1.Preparación de contenidos teóricos	Búsqueda, selección, análisis y comentario de doctrina, jurisprudencia y legislación. Lecturas recomendadas y otros.	36	Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria
AF2.Trabajos individuales	Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20	
AF3.Trabajos colectivos	Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50	
AF4. Debate y Crítica constructiva	El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclava esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate	10	

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

	fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AF5.Tutorías académicas	Los alumnos se reunirán periódicamente con el profesor para que éste pueda orientarles y guiarles en el proceso de adquisición de las competencias.	20	
AF6. Asistencia a seminarios	Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	10	
Las clases y tutorías se realizarán inicialmente de forma presencial. En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse de forma remota a través del Aula Virtual.			

V. Metodologías docentes	
Tipo	Contenido
MD1.Clases Teóricas	Mediante clases magistrales se expondrán y explicarán los conocimientos básicos que deben adquirirse en las asignaturas, suscitando el debate y guiando el estudio de los mismos.
MD2.Clases Prácticas	Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de cada materia.
MD3. Tutorías	Intercambio de ideas y resolución de dudas con el profesor correspondiente sobre los contenidos de cada asignatura y la realización de los trabajos prácticos. Pueden realizarse también a través de los recursos on line (p.ej. correo electrónico o chat)
Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria.	

VI. Sistema de Evaluación, ponderación y descripción de las pruebas
<p>Nota importante: No se podrá superar la asignatura en el caso de que la parte correspondiente a los trabajos de evaluación (Prueba 1) o la parte correspondiente a la realización de la prueba escrita (Prueba 3) no estén aprobadas con una calificación final igual o superior a 5 puntos en una escala de 0 a 10.</p> <p>Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, igual o superior a 85%.</p> <p>En el caso de que la asistencia sea inferior al 85%, la calificación final ordinaria de la asignatura se</p>

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

calculará solo teniendo en cuenta el porcentaje del examen (Prueba 3), reflejado en la Tabla VI.A. No obstante, para poder aprobar, debe cumplirse obligatoriamente la condición de tener los trabajos de la asignatura (Prueba 1) aprobados con una calificación igual o superior a 5 puntos.

En la convocatoria extraordinaria no se tendrá en cuenta la asistencia, por lo que, en caso de tener las pruebas reevaluables aprobadas y que la calificación final ponderada, en función a los porcentajes de la Tabla VI. B, sea superior a 5 puntos, la asignatura estará aprobada en convocatoria extraordinaria.

El alumno que no supere la Prueba 1 y/o 3 (por no entregar en fecha, no asistir a la exposición o no demostrar el grado de profundidad requerido) no podrá superar la asignatura en la Evaluación Ordinaria, obteniendo una calificación máxima de 4,0, independientemente de la nota obtenida en la prueba teórico-práctica.

El alumno que no supere en la Evaluación Ordinaria la prueba 2 no liberatoria (realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual), por no entregar en fecha o no demostrar el grado de profundidad requerido, no tendrá la posibilidad de la recuperación de la prueba 2 en la Evaluación Extraordinaria.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

En el caso de que el alumno no supere la asignatura, la calificación obtenida en las pruebas 1, 2 y 3 de la asignatura durante el curso en cualquier evaluación no se reservará para el curso siguiente.

Evaluación Ordinaria:

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen en el apartado VI.A. *Criterios aplicables a la evaluación ordinaria* que se encuentra a continuación.

Para poder superar la Evaluación Ordinaria, los alumnos con una asistencia igual o superior al 85%, deben haber presentado y superado obligatoriamente la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) y superado la prueba 3 evaluatoria final (prueba teórico-práctica presencial). Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

Todos los alumnos que no superen la evaluación ordinaria deberán realizar y superar las pruebas correspondientes a la Evaluación Extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía en el caso de: A) no superar la prueba escrita final correspondiente a

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

la Evaluación Ordinaria; B) no haberse presentado a la evaluación de la convocatoria reseñada; o C) no haber entregado y superado o igualado la calificación media de 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, en la entrega de la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos).

Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, igual o superior a 85%.

Todas las Pruebas 1 o 2 en Evaluación Ordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado por el docente en la clase, no serán tenidas en cuenta.

Evaluación Extraordinaria:

Los alumnos que no consigan superar la Evaluación Ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una Evaluación Extraordinaria (reevaluación) para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía. Los criterios aplicables se encuentran en el siguiente apartado VI.B.

El alumno que no supere la prueba 1 de la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 3, el examen final, si ya lo ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

El alumno que no supere la prueba 3 en la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 1 si ya la ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

Todas las Pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado en la clase por el docente, no serán tenidas en cuenta.

Ejemplo de posibles casos:

Caso 1: En el caso de haber entregado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) requerida en la Evaluación Ordinaria y que la calificación de ella sea superior a 5.0

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado o no haberse presentado a la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) en Evaluación Ordinaria, los alumnos deberán realizar prueba 3 final liberatoria de la Evaluación Extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, para que ponderen con la calificación de las pruebas acumulativas ya realizadas. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Caso 2: En el caso de haber superado la prueba 3 liberatoria final (prueba teórico-práctica presencial) en la Evaluación Ordinaria con una calificación final mayor de 5.0 en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) en la Evaluación Ordinaria, se planteará una nueva prueba 1, tras la Evaluación Ordinaria, que el alumno deberá entregar, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Caso 3: En el caso de que el alumno no haya entregado o no haya superado las pruebas 1 y 3 acumulativas en la Evaluación Ordinaria, deberá presentar y superar la prueba 1 acumulativa (presentación de trabajos) con una calificación superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos y superar la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) con una calificación superior a 5.0 puntos en una escala de 0.0 a 10.0 puntos. Esta prueba 1 acumulativa estará disponible en el campus virtual tras el periodo de Evaluación Ordinaria. Tendrá que ser entregada, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Si tras la realización de la Evaluación Extraordinaria, el alumno no supera la media de 5,0 en todas las pruebas acumulativas liberatorias 1 y 3, la asignatura quedará finalmente como suspensa, calificada con el menor valor obtenido en las pruebas realizadas en las dos convocatorias.

Caso 4: Los alumnos que por tener una asistencia menor a 85% no puedan acogerse a todos los criterios de la Evaluación Ordinaria, serán valorados exclusivamente sobre el porcentaje correspondiente a la nota del examen final, prueba 3, teniendo en cuenta las restricciones que figuren en esta Guía Docente. Igualmente, todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

VI.A Criterios aplicables a la evaluación ordinaria				
VI.A. Sistema de evaluación	Tipo [1] Criterios aplicables a la evaluación continua (convocatoria ordinaria)		Ponderación	Periodo
Prueba 1:	Acumulativa			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	30%	Durante el Curso o Semestre
Prueba 2:	Acumulativa			
Realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual (trabajos individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).		No Reevaluable.	20%	Durante el Curso o Semestre
Prueba 3:	Acumulativa			
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	50%	Al final del Curso o Semestre
TOTAL			100%	

VI.B Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria				
VI.B. Sistema de evaluación	Tipo [2] Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria (convocatoria extraordinaria)		Ponderación	Periodo
Prueba 1:	Acumulativa			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable	30%	Durante el Curso o Semestre
Prueba 2:	Acumulativa			
Realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual (trabajos		No Reevaluable	20%	Durante el Curso o Semestre

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).				
Prueba 3:	Acumulativa			
Examen final presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable.	50%	Al final del Curso o Semestre
TOTAL			100%	

VII. A. Programa de la asignatura

- Introducción: Evolución de la comunicación digital en la era de Internet
 - o Historia
 - o Conceptualización y aspectos clave
 - o Internet como medio de comunicación y soporte publicitario
 - o Evolución de la inversión publicitaria en internet
- BLOQUE I
- Tema 1. Branding en Internet
 - o Construcción de imagen de marca
 - o Creación de valor a través de la marca
 - o Tendencias de branding en Internet
 - o Fortalezas y riesgos
 - o Análisis del target
- Tema 2. Web 2.0
 - o Conceptualización y aspectos clave de la web 2.0
 - o Principales herramientas de la web 2.0
 - o ¿Qué es la empresa 2.0?
 - o Herramientas 2.0 en la empresa y su impacto en la imagen de marca. Casos de éxito.
 - o Riesgos de la era 2.0.
 - o Elementos básicos para crear una web
 - o WordPress
- Tema 3: La web institucional
 - o Contextualizar tipos de instituciones

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

- o Cómo crear una web institucional: Misión, visión y valores
- o Estructura y elementos clave
- o Gestión de la información institucional en internet
- o Diferencias entre webs comerciales e institucionales

BLOQUE II

- Tema 4: Las redes sociales
 - o Introducción y conceptos básicos
 - o Tipos de redes sociales
 - o Diferencias y similitudes entre las principales redes sociales
 - o Elaboración y adaptación de contenidos
 - o Herramientas de gestión y automatización de mensajes
- Tema 5: Estrategias empresariales a través de Internet y las redes sociales
 - o Marketing digital
 - o Diseño de campañas
 - o La personalización a través de Internet
 - o Marketing viral
 - o Publicidad en redes sociales
- Tema 6: Uso institucional de las redes sociales
 - o Tipos de cuentas institucionales
 - o Emisión de información oficial a través de los canales de Social Media
 - o Gestión de la interacción con los usuarios
 - o Comunicación de crisis

BLOQUE III

- Tema 7. Las herramientas digitales en la organización de eventos
 - o Optimización de procesos de gestión
 - o Aumento exponencial de la difusión
 - o Gestión de patrocinios y colaboración entre marcas
- Tema 8. Cómo crear el sitio web de un evento
 - o La web como punto de referencia para el evento
 - o Elementos clave
 - o Sistemas de gestión de recursos

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

- Tema 9. El papel de las redes sociales en los eventos
 - o Las redes sociales como canal oficial de información
 - o Estrategia digital de promoción del evento
 - o Uso de perfiles influyentes como herramienta de difusión
- Tema 10. Streaming
 - o Eventos híbridos
 - o Redes sociales para hacer streaming
 - o Aplicaciones para realizar streaming

BLOQUE IV

- Tema 11. Analítica y medición de la audiencia online
 - o Necesidad de estándares de medición online
 - o Herramientas de medición web
 - o Sistemas de medición muestral
 - o Sistemas de medición censal
 - o Principales indicadores de medición de tráfico
- Tema 12. Medición de impacto en redes sociales
 - o La importancia del hashtag
 - o Medición cuantitativa (retorno económico) vs medición cualitativa (sentimientos)
 - o Análisis de contenido y difusión: las temidas Fake News.
 - o Participación de los usuarios
 - o Tendencias
- Tema 13. Optimización: técnicas, recursos y herramientas.
 - o Posicionamientos: SEO y SEM.
 - o Algoritmos en redes sociales.
 - o Inmediatez y actualidad.

VIII. Bibliografía

Aaker, Jennifer Lynn; Adler, Carlye; Smith, Andy. (2010) "The dragonfly effect quick, effective, and powerful ways to use social media to drive social change".

WEB Y REDES SOCIALES: DISEÑO, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN

- Aravind, S., & Prabhu, A. (2016). Introducing SEO: Your quick-start guide to effective SEO practices. Berkeley, CA.
- Akhgar, B. (2017). Application of Social Media in Crisis Management Advanced Sciences and Technologies for Security Applications.
- Blanchard, O. (2011). Social Media ROI. Pearson Education, Boston.
- Blossom, J. (2011). Content nation: Surviving and thriving as social media changes our work, our lives, and our future. Wiley Publishing, Indianapolis.
- Collier, M. (2013). Social media commerce for dummies. Indianapolis.
- Castelló, A. (2010). Estrategias Empresariales en la web 2.0. Las redes sociales online. Editorial club universitario.
- Celaya, J. (2008). La empresa en la Web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. Gestión 2000.
- Cayuela, M. J., & García, Y. (2007). Comunicación empresarial 2.0: la función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de comunicación empresarial. Grupo BPMO.
- Colomé, X. (2018). IEDGE – Sistemas de medición de audiencias: Paneles vs Censales. IEDGE Business School.
- Divol, R., Edelman, D., & Sarrazin, H. (2012). Demystifying social media. McKinsey Quarterly. The online Journal of McKinsey & Company.
- Fouts, J. (2009). Social Media Success! Silicon Valley.
- Gratton, S. J., & Gratton, D. A. (2012). Zero to 100.000. Pearson Education, Boston.
- Kawasaki, G., & Fitzpatrick, P. (2015). The Art Of Social Media.
- Luengo, C. (2018). Engagement y Redes Sociales: qué es y cómo medirlo. Marketing Digital, Social Media. Cool Tabs Blog. Madrid.
- Prieto, J. J. (2011). Herramientas para el análisis y monitoreo en Redes Sociales. IRIE. International Review of Information Ethics; International Center for Information Ethics (ICIE).