



















































## Referencias bibliográficas

- Álvarez, J. (2009). Senderos en el bosque: Condicionantes y perspectivas de las estrategias de comunicación en la sociedad red. En M. Ramos, M. Garrido & J. Rodríguez (Coords.), *Publicidad y comunicación corporativa en la era digital* (p. 28). Madrid, España: Pirámide (Grupo Anaya, S.A.).
- Boronat, D. & Pallares, E. (2009). *Vender más en Internet*. Barcelona, España: Gestión 2000.
- Burgos, E. & Cortés, M. (2009). *Iníciate en el marketing 2.0. Los social media como herramientas de fidelización de clientes*. España: Gesbiblo, S. L.
- Capriotti, P. (2007). *Gestión de la marca corporativa*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago de Chile, Chile: Colección de Libros de la Empresa.
- Cea D'Anconca, M. Á. (2001). *Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, España: Síntesis S.A.
- Costa, J. (2009). *Imagen Corporativa en el siglo XXI* (2ª ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Fischer, L. & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia, cuarta edición*. México, DF, México: McGraw- Hill/interamericana Editores, S.A.
- Igarza, R. (2008). *Nuevos medios: Estrategias de convergencia* (1ª ed.). Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Iruzubieta, G. (2010). *Cuadernos de comunicación interactiva. El Libro Blanco de IAB. El panorama interactivo de los grupos de prensa y revistas en España*. Recuperado de [http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/10\\_LB\\_Medios\\_Comunicacion\\_Online.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/10_LB_Medios_Comunicacion_Online.pdf)
- Iruzubieta, G. (2012). *Cuadernos de comunicación interactiva. El Libro Blanco de IAB. El panorama interactivo de los grupos de prensa y revistas en España*. Recuperado de [http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/10\\_LB\\_Medios\\_Comunicacion\\_Online.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2012/02/10_LB_Medios_Comunicacion_Online.pdf)
- Kotler, P. (2011). *Formación empresarial*. México, DF, México: Pearson.
- Liria, E. (2001). Marketing operativo actual. En J. Villafañe (Prólogo), *Dirección de comunicación empresarial e institucional* (p. 93). Barcelona, España: Gestión 2000.
- Marcos, M. (2008). Estrategia de marca personal en las organizaciones. Personal Branding, reinventar la empresa. En D. Nespral (Coord.), *El futuro es tuyo. La revolución social de las personas* (pp. 31-60). Madrid, España.



