

FACULTAD: CIENCIAS Y HUMANIDADES.
PROGRAMA: CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.
SÍLABO: COMMUNITY MANAGER.
DATOS GENERALES.

- 1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.
- 1.2 Semestre Académico: 202402.
- 1.3 Ciclo de estudios: VIII.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

- Marquina Arenas, J. (2012). *Plan social media y community manager*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/21303>
- Schwab, V. O. (2016). *How to write a good advertisement: a short course in copywriting*. Golden Springs Publishing.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=4808276&ppg=3>
- Shaw, M. (2012). *Copywriting second edition: successful writing for design, advertising, marketing* (2a ed.). Laurence king publishing.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=1876142&ppg=2>
-

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS

- Acharki, Z. (2023). El periodismo digital en las redes sociales: características y nuevas estrategias para la prensa actual. *Conhecimento & diversidade*, 15(39), 334-351.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=70b43d10-0d23-38f2-94cc-a6c5dcdd3b3f>
- Alcántara-López, R. (2012). La comunicación como herramienta clave del community manager. Justificación de su presencia en las facultades de comunicación. *Vivat academia*, 14, 1405-1416.
<https://link.gale.com/apps/doc/A298172468/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=637ecab9>
- Arcila-Calderón, C., Calderín-Cruz, M., & Sánchez-Holgado, P. (2019). Adopción de redes sociales por revistas científicas de ciencias sociales. *El profesional de la información*, 28(1), 1-13.
<https://link.gale.com/apps/doc/A577512648/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=c597b61b>
- Arroyo-Almaraz, I., & Calle Mendoza, S. (2018). Los community managers de las ONGD. Estudio de percepciones y usos de las redes sociales. *Icono 14*, 16(2), 121-142.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=2d5f46c1-de02-3c0a-aa64-4ad055cb53e1>
- Bernal-Triviño, A., & Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de maldita.es. *El profesional de la información*, 28(3), 1-8.
<https://link.gale.com/apps/doc/A597962573/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=f9adb0dd>

- Cascón-Katchadourian, J., Artigas, W., Arroyo-Machado, W., & Guallar, J. (2024). Uso de las redes sociales por las revistas de alto impacto en Comunicación y Ciencias de la información. *Revista mediterránea de comunicación*, 15(1), 19-38.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=0fde1a1c-716d-3343-849b-531361924e33>
- Charest, F., & Bouffard, J. (2015). Uso de las redes sociales por las revistas de alto impacto en Comunicación y Ciencias de la Información. *Public Relations Review*, 41, 302-304.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811115000260>
- Elomaga-Illera, A., Usin-Enales, S., & García-Azpuru, A. (2018). Evolución del community manager en las pymes del País Vasco y Navarra. *El profesional de la información*, 27(3), 651-658.
<https://link.gale.com/apps/doc/A547746398/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=0ef4ab80>
- González Quintero, J. I., & Cardona-Restrepo, P. (2023). La posverdad y las redes sociales como desafíos del periodismo en la era digital. *Ánfora*, 30(55), 332-359.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=3f1e8819-d3d2-336b-a59f-cb4e78972937>
- Grisales Castro, C. P., & Hernández Torres, J. I. (2023). Una mirada del marketing sensorial en las redes sociales: explorando la influencia del marketing sensorial en la experiencia del usuario en las redes sociales. *Cuadernos latinoamericanos de administración*, 19(37), 1-13
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/una-mirada-del-marketing-sensorial-en-las-redes/docview/2843633905/se-2>
- Hornuf, L., & Jeworrek, S. (2022). The Effect of community managers on online idea crowdsourcing activities. *Journal of the association for information systems*, 24(1), 222-248.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=995de5e2-0929-30d9-a288-bef99fd3b478>
- López-Marcos, C., & Vicente-Fernández, P. (2023). La fotografía en los perfiles de redes sociales: el caso de los presidentes autonómicos de España. *Gráfica*, 11(21), 37-47.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-fotografía-en-los-perfiles-de-redes-sociales/docview/2775638730/se-2?accountid=37408>
- Mañas-Viniegra, L., & Jiménez-Gómez, I. (2019). Evolución del perfil profesional del community manager durante la década 2009-2018. *El profesional de la información*, 28(4), 1-10.
<https://link.gale.com/apps/doc/A601657759/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=e6aba0a8>
- Martín-García, A., Buitrago, Á., & Aguaded, I. (2022). La voz del periodismo en las redes sociales: cartografía y funciones del community manager de medios informativos como nuevo actor de la comunicación periodística. *El profesional de la información*, 31(3), 1-15.
<https://link.gale.com/apps/doc/A708358044/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=1fed7e3e>
- Martin-Neira, J. I., Trillo Domínguez, M., & Olvera-Lobo, M. D. (2023). Las redes sociales como vehículo del periodismo científico: scoping review. *Index.Comunicación*, 13(1), 105-127.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=29da1559-a779-3595-a4a8-626ded5b28c0>
- Silva-Robles, C. (2016). Perfil del community manager en las agencias de publicidad y relaciones públicas de España. *El profesional de la información*, 25(2), 237-245.
<https://link.gale.com/apps/doc/A513760815/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=c99cf5c4>

TIPO DE MATERIAL: TESIS

- Chavez Pizarro, A. E. (2020). *Canva como herramienta web publicitaria en los community manager del distrito de los olivos, 2020* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/54026>