

PROGRAMA: MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

SÍLABO: COMUNICACIÓN DE CRISIS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

CORPORATIVA

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Malla: P.

1.3 Ciclo de estudios: II.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Alberich Pascual, J., & Roig Telo, A. (2005). *Comunicación audiovisual digital*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/1002>

Casani Fernández de Navarrete, F. (2015). *La Educación Superior Como Dinamizadora De La Responsabilidad Social Empresarial: Un estudio comparado entre los futuros dirigentes empresariales en América Latina*. Liber Factory. <https://www.digitaliapublishing.com/a/87928>

Castillo Esparcia, A. (2009). *Relaciones públicas. Teoría e historia*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/20530>

Costa-Sánchez, C., & Martínez Costa, S. (2018). *Comunicación corporativa audiovisual y online: Innovación y tendencias*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/54918>

Di Génova, A. (2016). *Manual de relaciones públicas e institucionales: Estrategias y tácticas relacionales y de comunicación*. Ugerman Editor. <https://www.digitaliapublishing.com/a/137122>

Hernández Olmedo, J., & Ruiz Collantes, F. (2017). *El factor persuasivo en la comunicación audiovisual*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/47360>

Loran Herrero, M., & Cano Gómez, Á. (2017). *La comunicación audiovisual en la empresa: Formatos, nuevas fórmulas y usos*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/79440>

Martínez Herrera, H. (2022). *Cultura y responsabilidad social empresarial*. Ecoe Ediciones. <https://www.digitaliapublishing.com/a/126594>

Míguez González, M. (2010). *Los públicos en las relaciones públicas*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/20418>

Palacios Acero, L. (2020). *Estrategias de comunicación empresarial*. Ecoe Ediciones. <https://www.digitaliapublishing.com/a/156662>

Peña Miranda, D. (2019). *Responsabilidad social empresarial en el sector turístico*. Ecoe Ediciones. <https://www.digitaliapublishing.com/a/156707>

Yepes, G., Peña, W., & Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad social empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Universidad Externado de Colombia. <https://www.digitaliapublishing.com/a/111658>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Besalú-Casademont, R., Schena, J., & Sánchez-Sánchez, C. (2017). Competencias más relevantes en los estudios de Comunicación Audiovisual. Las percepciones de profesionales, docentes y estudiantes. *Revista Latina De Comunicación Social*, (72), 1536-1554.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/competencias-más-relevantes-en-los-estudios-de/docview/1977175917/se-2?accountid=37408>
- Crosier, K. (1997). Corporate Reputations: Strategies for Developing the Corporate Brand. *European Journal of Marketing*, 31(5-6), 424+.
<https://link.gale.com/apps/doc/A20057295/ITOF?u=univcv&sid=bookmark-ITOF&xid=a4f58e7e>
- Hellín, P. (2001). Introducción a la Comunicación Institucional. (Book). *Comunicación y Sociedad*, 14(1), 198–199.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=9960cb75-ac08-371a-b7f8-ea1db933b270>
- Notebaert, J., & Luangsay-Catelin, C. (2009). Tic et communication interne: Le rôle des agents virtuels dans la création de connaissances. *Décisions Marketing*, (56), 75-78.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/tic-et-communication-interne-le-rôle-des-agents/docview/220525818/se-2>
- Perkins, A., Gracey, F., Kelly, G., & Jim, J. (2022). A new model to guide identity-focused multidisciplinary rehabilitation for children and young people following acquired brain injury: I-FoRM. *Neuropsychological Rehabilitation*, 32(8), 1928–1969.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=4f2103e6-3b19-38ad-b7fc-fe8517b47e12>
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (2013). Relaciones públicas globales: Teoría, investigación y práctica. *Universitat Oberta de Catalunya*. <https://www.digitaliapublishing.com/a/24522>
- Zurutuza, C. (2006). Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales. Crisis, emergencias y negociación. *Comunicación y Sociedad*, 19(2), 195–197.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=e4d517c2-acb0-3f62-91fa-a2ddcd8436de>