

PROGRAMA: MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

SÍLABO: LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LOS MEDIOS DIGITALES

INTERACTIVOS.

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Malla: P.

1.3 Ciclo de estudios: I.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Aced Toledano, C. (2018). *Relaciones públicas 2.0. (nueva edición revisada y ampliada): Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Editorial UOC.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=7026132>

Coll Rubio, P., & Micó i Sanz, J. (2019). *Estrategias de publicidad y relaciones públicas en la era digital: Los casos de estudio de Wallapop, Westwing y Fotocasa*. Universitat Oberta de Catalunya.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/61714>

Gabriel, Y., & Lang, T. (2015). *The unmanageable consumer*. SAGE.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=6408527&ppg=1>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5. 0 : Tecnología para la humanidad*. Lid Editorial. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=6883342>

Ponce, D. G., Matilla, K., Mercado-Sáez, M. T., Morales, C. D. R. M., & Smolak-Lozano, E. (2022). *Gestión estratégica de campañas publicitarias y de relaciones públicas en los entornos online*.

Editorial UOC. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=7119888>

Sanmiguel, P. (2019). *Influencer marketing : Conecta tu marca con tu público*. Lid Editorial.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=6883281>

Smolak Lozano, E., García Ponce, D., Mercado Sáez, M. T., Monedero Morales, C. del R., & Matilla, K. (2022). *Gestión estratégica de campañas publicitarias y de relaciones públicas en los entornos online*. Editorial UOC.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=7119888>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Avidar, R., & Roth-Cohen, O. (2023). Social Media Theory in Public Relations: A Curation of a Neglected Topic in Public Relations Research. *Public Relations Review*, 49(5), 102386-.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811123001017>

- Bernhard, J., & Russmann, U. (2023). Digitalization in public relations—Changing competences: A longitudinal analysis of skills required in PR job ads. *Public Relations Review*, 49(1), 102283-. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811122001382>
- Britt, B. C., Hayes, J. L., Holiday, S., & Lyu, Y. (2024). Social Media Data Mining in Public Relations Research. *Journal of Public Relations Research*, 1–47. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2024.2421563>
- Gallardo-Tello, N., Tapara-Sinti, J., Robles-Fabian, D., & Cordova-Buiza, F. (2024). Comunicaciones integradas de marketing y posicionamiento de marca de una agencia de marketing digital. *Revista Ibérica De Sistemas e Tecnologías De Informação*, (69), 663-675. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/comunicaciones-integradas-de-marketing-y/docview/3085128986/se-2>
- Jordán Correa, D. P., Izaguirre Olmedo, J. A., & Luisa López, A. (2024). La red social TikTok y su incidencia en el cambio de comportamiento: un estudio bibliométrico. *Intersecciones En Comunicación*, 18(2), 1–23. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=f2e7a4ba-4220-3e18-a901-3aed2947d78f>
- Ki, E.-J., Ertem-Eray, T., & Hayden, G. (2024). The evolution of digital public relations research. *Public Relations Review*, 50(5), 102505-. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811124000845>
- Klyueva, A., & Ngondo, P. S. (2023). Perceptions of ethically ambiguous public relations practices on social media: a view from Zimbabwe. *Communicare: Journal for Communication Studies in Africa*, 42(1), 81+. <https://link.gale.com/apps/doc/A761410178/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=156eb9b1>
- Manoli, A. E., Anagnostou, M., & Kolyperas, D. (2025). Understanding organisation public relations through Twitter communication for the European super league. *European Sport Management Quarterly*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/16184742.2024.2442579>
- Page, T. G., Morehouse, J., Capizzo, L. W., Toth, E. L., & Zhou, A. (2024). To Share or Not to Share: Examining Social Media in Public Relations Scholarship. *International Journal of Strategic Communication*, 18(5), 383–403. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.2377989>
- Ramos Martínez, C. M., & Villafranca Santamaría, K. J. (2025). El marketing de influencers en Honduras: concepción, gestión y performatividad. *Doxa Comunicación*, 40, 221–243. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=69ab3a5d-d6a9-383e-8479-ce248b457035>
- Santa Soriano, A., Campillo Alhama, C., & Torres Valdés, R. M. (2023). Relaciones públicas contemporáneas e inteligencia estratégica. un estudio transdisciplinar desde las áreas de especialización. *Interciencia*, 48(1), 20-27. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/relaciones-públicas-contemporáneas-e-inteligencia/docview/2775177791/se-2?accountid=37408>
- Smith, B. G., Golan, G., & Freberg, K. (2023). Influencer relations: Establishing the concept and process for public relations. *Public Relations Review*, 49(2), 102305-. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811123000206>
- Tong, S. C., & Chan, F. F. Y. (2023). Revisiting public relations function in the digital era: a study on public relations and marketing practitioners in Hong Kong. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(8), 1883–1899. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/revisiting-public-relations-function-digital-era/docview/2885518762/se-2?accountid=37408>

Yue, C. A., Men, L. R., Davis, D. Z., Mitson, R., Zhou, A., & Al Rawi, A. (2024). Public Relations Meets Artificial Intelligence: Assessing Utilization and Outcomes. *Journal of Public Relations Research*, 36(6), 513–534. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2024.2400622>

Zhang, H. (2024). Social media in public relations scholarship: A database-based systematic review of published articles from 2015 to 2020. *Public Relations Review*, 50(4), 102470-. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811124000493>