

BIBLIOGRAFÍA

PANORAMA DIGITAL, FUNDAMENTOS
MARKETING DIGITAL & TECNOLOGÍA y
MEDICIÓN

Bibliografía básica

Para saber más (bibliografía de ampliación NO OBLIGATORIA)



1 PANORAMA DIGITAL, FUNDAMENTOS MARKETING DIGITAL & TECNOLOGÍA y MEDICIÓN

Si quieres ampliar los conocimientos sobre el tema, quizás quieras consultar estos documentos y vídeos que hemos seleccionado para tí.

NOTA IMPORTANTE: algunos de ellos NO son contenidos digitales, pueden ser contenidos sujetos a copyright y/o requieren acceso premium a algún servicio o compra en una librería. Son totalmente opcionales. No son precisos para aprobar este módulo y son sólo para tu información.

Bibliografía

- MACIÁ DOMENE, FERNANDO (2013): *Marketing Online 2.0. Cómo atraer y fidelizar clientes en Internet*. Anaya Multimedia.
- KOTLER, PHILIP; KARTAJAYA, HERMAWAN; SETIAWAN, IWAN (2010): *Marketing 3.0 (Acción empresarial)*. LID Acción Empresarial.
- ROSALES, PERE (2010): *Estrategia Digital (MARKETING Y VENTAS)*. Deusto.
- GUTIÉRREZ ARRANZ, ANA MARÍA; SÁNCHEZ FRANCO, MANUEL JESÚS (2005): *Marketing en Internet: Estrategia y empresa (Economía Y Empresa)*. Pirámide.
- TORRES, CLAUDIO (2012): *Marketing en Internet para Pequeñas Empresas (Internet para PYMES)*.
- SANAGUSTÍN, EVA (2010): *Marketing 2.0 en una semana*. Gestión 2000.
- SANAGUSTÍN, EVA (2009): *Las claves del nuevo marketing: Cómo sacarle partido a la Web 2.0 (MARKETING Y VENTAS)*. Dirección y Coordinación. Gestión 2000.
- ALONSO COTO, MANUEL (2012): *El plan de Marketing Digital*. Pearson España.

Bibliografía básica

Para saber más (bibliografía de ampliación NO OBLIGATORIA)



1 PANORAMA DIGITAL, FUNDAMENTOS MARKETING DIGITAL & TECNOLOGÍA y MEDICIÓN

Si quieres ampliar los conocimientos sobre el tema, quizás quieras consultar estos documentos y vídeos que hemos seleccionado para tí.

NOTA IMPORTANTE: algunos de ellos NO son contenidos digitales, pueden ser contenidos sujetos a copyright y/o requieren acceso premium a algún servicio o compra en una librería. Son totalmente opcionales. No son precisos para aprobar este módulo y son sólo para tu información.

Recursos web

Estudios IAB SPAIN

- [Estudio Inversión Publicidad Digital del Primer Semestre de 2013.](#)
- [Estudio Inversión Publicidad Digital Total en 2012.](#)
- [Libro Blanco Digital IAB-AIMC.](#)
- [Internet Advertising Bureau IAB Spain.](#)
- [Investigación.](#)
- [Libros blancos y estándares.](#)

Estudios AIMC

- [Estudio General de Medios \(EGM\).](#)
- [Datos de audiencia de Internet.](#)
- [Macroencuesta Navegantes en la Red.](#)
- [Internet en medio de los medios.](#)

Bibliografía básica

Para saber más (bibliografía de ampliación NO OBLIGATORIA)



1 PANORAMA DIGITAL, FUNDAMENTOS MARKETING DIGITAL & TECNOLOGÍA y MEDICIÓN

Si quieres ampliar los conocimientos sobre el tema, quizás quieras consultar estos documentos y vídeos que hemos seleccionado para tí.

NOTA IMPORTANTE: algunos de ellos NO son contenidos digitales, pueden ser contenidos sujetos a copyright y/o requieren acceso premium a algún servicio o compra en una librería. Son totalmente opcionales. No son precisos para aprobar este módulo y son sólo para tu información.

Recursos web

Comscore

- [ComScore.](#)
- [Panorama Digital.](#)
- [Presentaciones y Libros Blancos.](#)
- [Comunicados de prensa.](#)

Informes

- [Forrester Research.](#)

Artículos

- [Emarketer](#)

Noticias

- [Kantar media.](#)

Nielsen

- [Tendencias y análisis en profundidad.](#)
- [Comunicados de prensa.](#)

Bibliografía básica

Para saber más (bibliografía de ampliación NO OBLIGATORIA)

ACTÍ
VATE

1 PANORAMA DIGITAL, FUNDAMENTOS MARKETING DIGITAL & TECNOLOGÍA y MEDICIÓN

Si quieres ampliar los conocimientos sobre el tema, quizás quieras consultar estos documentos y vídeos que hemos seleccionado para tí.

NOTA IMPORTANTE: algunos de ellos NO son contenidos digitales, pueden ser contenidos sujetos a copyright y/o requieren acceso premium a algún servicio o compra en una librería. Son totalmente opcionales. No son precisos para aprobar este módulo y son sólo para tu información.

Recursos web

Otros estudios y organismos

- [Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la sociedad de la información \(ONTSI\).](#)
- [Estudios e informes.](#)
- [OJD Oficina para la justificación de la difusión interactiva, OJD interactiva.](#)
- INTROL: [Ultimos datos medios auditados.](#)
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2013): [Informe sobre la sociedad de la información en España 2013.](#)
- [Infoadex.](#)
- [TNS.](#)
- [The Cocktail Analysis.](#)
- [Asociación Española de la Economía Digital.](#)
- [Investigación y estudios.](#)
- [Slideshare informes.](#)
- [Comisión nacional de mercados y la competencia \(incluye comisión del mercado de las telecomunicaciones, CMT\).](#)

Bibliografía básica

Para saber más (bibliografía de ampliación NO OBLIGATORIA)



1 PANORAMA DIGITAL, FUNDAMENTOS MARKETING DIGITAL & TECNOLOGÍA y MEDICIÓN

Si quieres ampliar los conocimientos sobre el tema, quizás quieras consultar estos documentos y vídeos que hemos seleccionado para tí.

NOTA IMPORTANTE: algunos de ellos NO son contenidos digitales, pueden ser contenidos sujetos a copyright y/o requieren acceso premium a algún servicio o compra en una librería. Son totalmente opcionales. No son precisos para aprobar este módulo y son sólo para tu información.

Recursos web

Blogs

- [Puromarketing.](#)
- [Noticias de marketing.](#)
- [Tristan Elósequi.](#)
- [Jeff Bullas.](#)
- [Brian Solis.](#)
- [Enrique Dans.](#)
- [Antonio Tena.](#)
- [Pepe Cerezo.](#)
- [Eduardo Madinaveitia.](#)
- [Fatima Martinez.](#)
- [Zenith Media.](#)
- [Fernando de la Rosa.](#)
- [Mashable.](#)
- [WWWhastnew.](#)
- [Marketing de Guerrilla.](#)
- [Victor Martin.](#)
- [Social with it.](#)
- [Paco Viudes.](#)
- [Valentin Hernández.](#)
- [Carlos Carbellido.](#)
- [Trecebits.](#)
- [Hootsuitniversity.](#)