

## Lista de referencias

- Arellano C, Rolando. (2000). Marketing enfoque América Latina. México: Mc Graw Hill. <http://www.ejemplos.co/20-ejemplos-de-industria-cultural/#ixzz59wsHjWTh>
- AWWWARDS TEAM. (2014, Octubre). AWWWARDS. Retrieved from AWWWARDS: <https://www.awwwards.com/kikk-festival-2014.html>
- BENE. (2016, Septiembre 11). Medium. Retrieved from Medium: <https://medium.com/@agencybene/gu%C3%ADa-de-growth-hacking-para-principiantes-6f6f75dc4e4f>
- BROWN, T. (n.d.). DESIGN THINKING, Thoughts by Tim Brown. Retrieved from DESIGN THINKING, Thoughts by Tim Brown.
- Cervera, M. C. (2017). CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT: actuación de las empresas en este ámbito y estudio del caso Disney. Sevilla.
- CHAFFEY, Dave; ELLIS-CHADWICK, Fiona. Marketing Digital digital, estrategia, implementación y práctica. Pearson Educac
- CHAFFEY, Dave; ELLIS-CHADWICK, Fiona. Marketing Digital digital, estrategia, implementación y práctica. Pearso
- Charla TedTalk en inglés con subtítulos en español: The mystery of storytelling: Julian Friedmann. <https://youtu.be/al3-Kl4BDUQ>
- Charla-Clase: "Comunicando proyectos culturales" de Intersecciones en la gestión cultural. Tecnicatura en Gestión Cultural FCE – UNER: Video1: <https://youtu.be/ZfDzbZw81Fo>. Video 2: <https://youtu.be/Kng5GfN2BfY>
- COLOMER, Jaume. La formación y gestión de públicos escénicos en una sociedad tecnológica. Madrid: Fundación Autor, 2013. 208 p.
- Comunicación Estratégica en la Gestión Cultural. [http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde\\_el\\_Aula/comunicacion\\_estrategica\\_en\\_la\\_gestion\\_cultural.html#.Wqml\\_GbSFo5](http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_el_Aula/comunicacion_estrategica_en_la_gestion_cultural.html#.Wqml_GbSFo5)
- CONTINUUM. (n.d.). CONTINUUM. Retrieved from CONTINUUM: <https://www.continuuminnovation.com/en/what-we-do/case-studies/bbbsmb-recruitment-and-retention-program>
- Design thinking for museums. (2015, Febrero). Design thinking for museums. Retrieved from Design thinking for museums: <https://designthinkingformuseums.net/2015/02/02/design-thinking-at-the-mia/>
- DESIGNAHOLIC. (2017, Marzo 6). Retrieved from DESIGNAHOLIC: <http://designaholic.mx/2017/03/la-historia-del-design-thinking.html>
- Documental realizado basado en este manual: Guerrilla de la comunicación: uno de cada diez dentistas recomienda chicles con azúcar. <https://youtu.be/qiLixGotMdk>

- Dubberly, H. D. (2008, Mayo 1). *Dubberly*. Retrieved from Dubberly: <http://www.dubberly.com/articles/interactions-the-experience-cycle.html>
- Érase una vez el Storytelling: <http://www.infografias.net/erase-una-vez-el-storytelling/>
- Estela Fischer, Laura & Espejo, Jorge. (2008). *Casos de Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill. 2008.
- Fuente: <http://www.ejemplos.co/20-ejemplos-de-industria-cultural/#ixzz59wsHjWTh>
- Fundación Bertelsmann Stiftung y PHINEO gAG. (2015, Marzo). *¿Cómo hacer proyectos sociales con impacto?* España.
- Gasalla, José María. (2011). *Marketing de la formación de directivos : el nuevo directivo en la cultura del aprendizaje*. Madrid : Pirámide
- Grupo autónomo a.f.r.i.k.a., L. Blisset, S. Brünzels, *Manual de guerrilla de la comunicación*. PDF. <https://cabezasdetormenta.noblogs.org/files/2013/02/Luther-Blisset-Manual-Guerrilla-Comunicación.pdf>
- Hiscocks, E. M. (2016, Abril). *ANALYSING THE IMPACT OF EVENT AND EXPERIENCE DESIGN ON THE SUCCESS OF A TOURIST ATTRACTION: A CASE STUDY ON WALT DISNEY WORLD*. EEUU.
- IDEO. (n.d.). *Design kit*. Retrieved from <http://www.designkit.org/methods>
- IDEO. (n.d.). *DISEÑO CENTRADO EN LAS PERSONAS, Kit de herramientas*. EEUU.
- I'MNNOVATION. (n.d.). *I'MNNOVATION HUB*. Retrieved from I'MNNOVATION HUB: <https://www.imnovation-hub.com/es/transformacion-digital/que-es-el-big-data-analytics-la-datificacion-de-la-sociedad/>
- Insight Centre for Data Analytics. (n.d.). *Insight Centre for Data Analytics*. Retrieved from Insight Centre for Data Analytics: <https://www.insight-centre.org/content/what-big-data>
- INTERACTION DESIGN FOUNDATION. (2017). Retrieved from <https://www.interaction-design.org/literature/article/needs-before-wants-in-user-experiences-maslow-and-the-hierarchy-of-needs>
- Kulesz, O. (2017). *La cultura en el entorno digital*. París, Francia.
- La comunicación cultural . <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/comunicacion-cultural/>
- Las industrias culturales y las nuevas redes digitales . [http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/141\\_albornoz.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/141_albornoz.pdf)
- Manuales de plan de comunicaciones y presupuestos para emprendedores y pymes <http://www.emprenemjunts.es/?op=13&n=244>
- Megías, C., & Acaso, M. (2017). *Art Thinking: Cómo el arte puede transformar la educación*.
- Metodología Storytelling: <https://youtu.be/ZFYZHoZ-9cM>

- NIETO, M. G. (2018, Febrero 19). *INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO*. Retrieved from *INSTITUTO DE INGENIERÍA DEL CONOCIMIENTO*: <http://www.iic.uam.es/digital/analisis-emociones-redes-sociales/>
- PATH. (2010). *PATH*. Retrieved from <http://sites.path.org/commercializationtoolkit/pd/1-0-identifying-user-needs/1-4-product-design-defining-user-needs-and-identifying-important-features/>
- PINTOS, A. (2017, Marzo 14). *Couture*. Retrieved from *Couture*: <http://miradacouture.com/las-4-macrotendencias-de-2018-segun-wgsn/53264>
- Prim, A. (n.d.). *INNOKABI*. Retrieved from *INNOKABI*: <https://innokabi.com/metodo-lean-startup/>
- Qué es el Storytelling y cómo usarlo en el marketing: <http://bienpensado.com/que-es-el-storytelling-y-como-usarlo-en-marketing/>
- QUERO GERVILLA, Mª José. "El paradigma de marketing relacional: una aproximación innovadora para la gestión de servicios culturales: especial referencia a las relaciones con centros educativos como estrategia para el desarrollo de la demanda cultural" [en línea]. En: Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, [2005], 16 p. Disponible en: [www.gestioncultural.org](http://www.gestioncultural.org)
- Ramirez, V. (2017, Abril 17). *Ecommerce-News*. Retrieved from *Ecommerce-News*: <https://ecommerce-news.es/hause-of-cards-y-el-big-data-58199>
- Sobejano, J. (2014, Mayo 4). *Innodriven*. Retrieved from *Innodriven*: <http://innodriven.com/lean-design-uniendo-pensamiento-de-diseno-y-lean-startup/>
- Spicy Minds. (2016, Noviembre 7). *Entrepreneur*. Retrieved from *Entrepreneur*: <https://www.entrepreneur.com/article/284779>
- Stanton, William. (2009). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Tähti, A. e. (2003).
- Tendencias digitales: <https://www.smdigital.com.co/blog/resumen-tendencias-digitales-2017/t> Centre for Data Analytics. (n.d.). *Insight Centre for Data Analytics*. Retrieved from *Insight Centre for Data Analytics*: <https://www.insight-centre.org/content/what-big-data>
- Vázquez, J. A. (2013, Marzo). *DOSDOCE*. Retrieved from *DOSDOCE*: <http://www.dosdoce.com/2013/03/07/el-factor-emocional-en-los-procesos-de-compra-de-libros-online/>.

#### Complementarios:

- El enigma de las audiencias de medios: <http://www.javeriana.edu.co/pesquisa/el-enigma-de-las-audiencias-de-medios/>
- Sobre los objetivos SMART y ejemplos: <https://blog.inboundlead.com/los-7-mejores-ejemplos-de-objetivos-smart-o-inteligentes-para-empresas>

- Flash mob en Centros Comerciales, Orquesta Sinfónica Nacional de Colombia. Bogotá. <https://www.youtube.com/watch?v=IpGPM9wATZQ>
- FLASHMOB - Batuta: el Poder Transformador de la Música: <https://www.youtube.com/watch?v=6rGSSINwUa8>
- Ikea Manhattan. <https://www.youtube.com/watch?v=pXXFNtnZTX8>
- Museo Exposición. <https://www.youtube.com/watch?v=1FlalkRwK-Q>
- Obra de Velásquez. <https://www.youtube.com/watch?v=a6W2ZMpsxhg>