

PUBLICACIONES PREVIAS Y POSTERIORES A LA TESIS DOCTORAL ***



Dra. Bárbara Castillo-Abdul

- **Tesis Doctoral:** *Branded Content* de marcas de moda de lujo de ropa femenina: Impacto, alcance e interacciones en las redes sociales
- **Universidad de Huelva**
- **Línea Educomunicación**

1. ARTICULOS EN REVISTAS CIENTÍFICAS INDEXADAS

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M., (3) PÉREZ-RODRÍGUEZ, M.A.
TÍTULO: BRANDED CONTENT IN FASHION RESEARCH: BIBLIOMETRIC ANALYSIS BY CORRELATIONS

REVISTA: Academy of Marketing Studies AÑO: 2020

EDITORIAL: Allied Business Academies PAÍS: Estados Unidos

ISSN: 1095-6298 / 1528-2678

INDICADORES DE CALIDAD: Academy of marketing studies journal (AMSJ) is a globally renowned business and marketing journal that offers an open access forum for the professionals, practitioners, academicians, researchers, and students to share and discuss the latest trends and developments in this field from across the world. Affiliated to the allied business academy publications, AMSJ adheres to stringent double peer review to enhance the research quality and originality. SJR 0.175 (Q4 en Economics and Econometrics, Q4 en Marketing)

* Publicaciones editadas durante el periodo académico de realización de la Tesis Doctoral y posteriores en un máximo de 2 años.

* Las publicaciones tienen que estar vinculadas con la temática de la Tesis Doctoral.

* Las publicaciones estarán en su totalidad, o en parte, en coautoría con los directores/as.

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M., (3) GONZÁLEZ-CARRIÓN, E.L.
TÍTULO: COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DIGITAL RESPECTO A LA MODA SOSTENIBLE:
ESTUDIO DE CASO DE INFLUENCERS ESPAÑOLAS

REVISTA: Revista Venezolana de Gerencia AÑO: 2020

EDITORIAL: Universidad del Zulia PAÍS: Venezuela

ISSN: 1315-9984 / e-ISSN: 2477-9423

INDICADORES DE CALIDAD: SCOPUS: CiteScore 0.5, Q3 en Business, Management and Accounting (pos. #173/218), percentil 20th, Q4 en Geography, Planning and Development (pos. #547/704), percentil 22nd. SJR (2020): 0.208 (Q3 en Business, Management and Accounting y Q3 en Geography, Planning and Development). DOAJ, REDALYC, SciELO, MIAR (ICDS 9.9).

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) CIVILA, S., (3) BARQUERO CABRERO, J.D.

TÍTULO: EVOLUTION OF FASHION MARKETING AND COMMUNICATION: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

REVISTA: Academy of Strategic Management Journal AÑO: 2021

EDITORIAL: Allied Business Academies PAÍS: Estados Unidos

ISSN: 1939-6104

INDICADORES DE CALIDAD: Academy of Strategic Management Journal (ASMJ) is a scholarly business and management publication that offers an open access platform to discuss the latest discoveries and innovations in this field. Affiliated to Allied Business Academies, the journal strictly adheres to double blind peer review policy to maintain the publication quality. Scopus Q3 - Business and International Management. SJR Q3 0.24, H-INDEX 17. CiteScore 2020 2.1.

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) BONILLA-DEL-RIO, M., (3) NÚÑEZ BARRIOPEDRO, E.

TÍTULO: INFLUENCE AND RELATIONSHIP BETWEEN BRANDED CONTENT AND THE SOCIAL MEDIA CONSUMER INTERACTIONS OF THE LUXURY FASHION BRAND MANOLO BLAHNIK

REVISTA: Publications AÑO: 2021

EDITORIAL: MDPI Publishing PAÍS: Suiza

ISSN: 2304-6775

INDICADORES DE CALIDAD: SCOPUS: CiteScore: 2.6, Q1 en Library and Information Sciences (#48/235, percentile 79th), Q1 en Communication (#87/426, percentile 79th), Q2 en Media Technology (#18/61, percentile 71st), Q2 en Business and International Management (#151/399, percentile 62nd), Q1 en Computer Science Applications (#336/693, percentile 51st). SJR (2020): 0.423, Q1 en Media Technology, Q2 en Business and International Management, Q2 en Communication, Q2 en Library and Information Science, Q2 en Computer Science Applications. Emerging Sources Citation Index (WoS).

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) PÉREZ-ESCODA, A., (3) CIVILA, S.

TÍTULO: SOCIAL MEDIA FOSTERING HAPPINESS MANAGEMENT: THREE LUXURY BRANDS CASE STUDY ON INSTAGRAM

REVISTA: Corporate Governance AÑO: 2021

EDITORIAL: Emerald Publishing Limited PAÍS: Reino Unido

ISSN: 1472-0701

INDICADORES DE CALIDAD: Scopus (Citescore 2020 4.1) Q1 en Business Management and Accounting (miscellaneous) (pos. 16/101, 84th percentil), SJR 2020 0.634, Q1 en Business, Management and Accounting (miscellaneous). Emerging Sources Citation Index (ESCI).

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2); ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.; (3) BALSECA, J.
TÍTULO: HOLA FOLLOWERS! CONTENT ANALYSIS OF YOUTUBE CHANNELS OF FEMALE FASHION INFLUENCERS IN SPAIN AND ECUADOR
REVISTA: Sage Open AÑO: 2021
EDITORIAL: Sage Journals PAÍS: Estados Unidos
ISSN: 2158-2440

INDICADORES DE CALIDAD: JCR (IF 1.356) Q3 Social Sciences, Interdisciplinary (pos. 72/109) y Scopus (CiteScore 2020 1.6) Q1 en General Arts and Humanities (pos. 8/147) 94th percentil y Q2 en Social Sciences (miscellaneous) (pos. 81/260) 69th percentil en Social Sciences. SJR 2020 0.357

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) PÉREZ-ESCODA, A. M., (3) NÚÑEZ-BARRIOPEDRO, E.
TÍTULO: PROMOTING SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT VIA BRANDED CONTENT COMMUNICATION: A FASHION BRANDS STUDY ON INSTAGRAM
REVISTA: Media and Communication. AÑO: 2022
EDITORIAL: Cogitatio Press PAÍS: Portugal
ISSN: 2183-2439

INDICADORES DE CALIDAD: Scopus (CiteScore 2020 :2.9 [track]) Q1, SJR (0.804) Q1 en Communication. Emerging Citation Sources Index (ECSI– WoS). PubMed.

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ORTEGA-FERNÁNDEZ, E., & (3) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.
TÍTULO: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COMMUNICATION OF MALE LUXURY FASHION BRANDS: ANALYSIS ON INSTAGRAM, FACEBOOK AND TIKTOK
REVISTA: Management Decision AÑO: 2022
EDITORIAL: Emerald Publishing PAÍS: Reino Unido
ISSN: 0025-1747

INDICADORES DE CALIDAD: JOURNAL CITATION REPORTS (2021): IF 5.589 (Q2 en Business pos. 67/154; Q2 en Management pos. 86/228). SCOPUS (2021): CiteScore 7.9 – Q1 en Business, Management and Accounting (#15/216, 93rd Percentil) Q1 en Management Science and Operations Research (#20/184, 89th Percentil). SJR (2021): 1.155 (Q1 en Business, Management and Accounting; Q1 en Management Science and Operation Research).

AUTORES: ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M., CASTILLO-ABDUL, B.
TÍTULO: TOWARD STATE-OF-THE-ART ON SOCIAL MARKETING RESEARCH IN USER-GENERATED CONTENT (UGC) AND INFLUENCERS
REVISTA: Journal of Management Development AÑO: 2023
EDITORIAL: : Emerald Publishing PAÍS: Reino Unido
ISSN: 0262-1711

INDICADORES DE CALIDAD: SCOPUS: CiteScore 4.2 – Q1 en Business, Management and Accounting (miscellaneous) (#24/144, 83rd Percentil), Q1 en Organizational Behavior and Human Resource Management (#55/213, 74th Percentil). SJR (2021): 0.647 (Q1 en History; Q2

en Business, Management and Accounting (miscellaneous); Q2 en Organizational Behavior and Human Resource Management). Emerging Sources Citation Index.

AUTORES: (1) BARQUERO-CABRERO, J.D., (2) CASTILLO-ABDUL, B.; (3) TALAMÁS-CARVAJAL, J.A., (4) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M

TÍTULO: OWNED MEDIA, INFLUENCER MARKETING, AND UNOFFICIAL BRAND AMBASSADORS: DIFFERENCES BETWEEN NARRATIVES, TYPES OF PRESCRIBERS, AND EFFECTS ON INTERACTIONS ON INSTAGRAM

REVISTA: Humanities & Social Sciences Communications

AÑO: 2023

EDITORIAL: Springer Nature PAÍS: Estados Unidos

ISSN: 2662-9992

INDICADORES DE CALIDAD: Journal Citation Reports (JCR) Social Sciences Citation Index (SSCI) IF (2022) 3.5, Q1 en Social Sciences Interdisciplinary (pos. 19/110). Scopus CiteScore 2022 (3.0) Q1 General Arts and Humanities (pos. 4/163), 97th Percentile, Q2 General Social Sciences (pos. 64/262), 75th Percentile, Q1 General Economics, Econometrics and Finance (pos. 61/279), 54th Percentile, Q2 General Business, Management and Accounting (pos. 141/216), 34th Percentile, Q3 General Psychology (pos. 145/209) 30th Percentile. SJR 2022 0.705. Q1 Arts and Humanities, Q2 Social Sciences, Q2 Economics, Econometrics and Finance, Q2 Business, Management and Accounting, Q3 Psychology.

2. COMUNICACIONES EN CONGRESOS

AUTOR: CASTILLO-ABDUL, B.

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: YOUTUBERS COMO INFLUENCIADORES EN LA PROMOCIÓN DE MARCAS DE MODA DE ROPA FEMENINA.

ENTIDAD ORGANIZADORA: Laboratorio de Estudios de la Comunicación. Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla

TÍTULO DEL CONGRESO: IV Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento: Comunicación emergente.

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Sevilla, España

FECHA: Abril 2019

AUTORES: (1) PONCE, P., (2) BALTAZAR, G., (3) CASTILLO-ABDUL, B., (4) MIRANDA, J., (5) MOLINA, A., (6) PÉREZ RODRÍGUEZ, M.A.

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: SENSING, SMART AND SUSTAINABLE PRODUCT ANALYSIS METHODOLOGY THROUGH EEG EVALUATION.

ENTIDAD ORGANIZADORA: IFAC Internacional Federation Of Automatic Control

TÍTULO DEL CONGRESO: 9th IFAC Conference on Manufacturing Modeling, Management, and Control.

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Berlín, Alemania

FECHA: Agosto 2019

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) PÉREZ-RODRÍGUEZ, A., (3) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.
TÍTULO DE LA APORTACIÓN: YOUTUBE COMO HERRAMIENTA DE MARKETING EN LA PROMOCIÓN DE MARCAS DE MODA.
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de Zaragoza
TÍTULO DEL CONGRESO: VIII Congreso Internacional de Investigación en Comunicación e Información Digital
ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional
TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA
LUGAR: Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza FECHA: Octubre 2019

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.
TÍTULO DE LA APORTACIÓN: LA PUBLICIDAD EN YOUTUBE: CÓMO GESTIONAR EL INTERÉS DEL CONSUMIDOR DE MANERA COMPETENTE
ENTIDAD ORGANIZADORA: RICE Red de Investigadores en Comunicación en Ecuador
TÍTULO DEL CONGRESO: I Congreso Internacional de la Red de Investigadores en Comunicación de Ecuador. El Impacto de la Sociedad Digital
ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional
TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA
LUGAR: FLACSO, Quito, Ecuador FECHA: Noviembre 2019

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.
TÍTULO DE LA APORTACIÓN: NUEVAS EXPECTATIVAS, NUEVAS NARRATIVAS: LA TRANSMEDIALIDAD Y EL STORYTELLING EN EL ENTORNO SOCIAL
ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad de La Laguna
TÍTULO DEL CONGRESO: XI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social "Las nuevas narrativas en el entorno social"
ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional
TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA
LUGAR: Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación de la Universidad de La Laguna FECHA: Diciembre 2019

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) BALSECA, J., (3) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M., (4) GARCÍA-ARRANZ, A., (5) MUELA-MOLINA, C., (6) PERELLÓ-OLIVER, S.
TÍTULO DE LA APORTACIÓN: FEMALE YOUTUBERS AS INFLUENCERS IN THE FASHION INDUSTRY.
ENTIDAD ORGANIZADORA: International Association for Media and Communication Research
TÍTULO DEL CONGRESO: IAMCR Tampere, Finlandia 2020.
ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional
TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA
LUGAR: Tampere FECHA: Julio 2020

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.
TÍTULO DE LA APORTACIÓN: YOUTUBE® COMO ESTRATEGIA PUBLICITARIA: IMPACTO DEL USO DE LA PUBLICIDAD DIRECTA EN LOS CONSUMIDORES
ENTIDAD ORGANIZADORA: Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC)
TÍTULO DEL CONGRESO: VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) "Comunicación y Diversidad"

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Facultad de Filología, Traducción y Comunicación de la Universidad de Valencia

FECHA: Octubre 2020

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) BALSECA, J., (3) LARREA-AYALA, A.

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: MARKETING DE INFLUENCERS EN LA INDUSTRIA DE LA MODA: UNA COMPARATIVA ENTRE YOUTUBERS DE ECUADOR Y ESPAÑA

ENTIDADES ORGANIZADORAS: : Universidad de Salamanca y Universidad de Alicante

TÍTULO DEL CONGRESO: I Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Universidad de Salamanca

FECHA: Octubre 2020

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) CIVILA, S.

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: REDES SOCIALES: CONCEPTOS Y TENDENCIAS DEL MARKETING DE MODA

ENTIDADES ORGANIZADORAS: Universidad de Almería, Universidad Complutense, Registra S©ft, EduLab, Mc Graw Hill Education y la Revista Ícono 14.

TÍTULO DEL CONGRESO: II Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales de la Sociedad de la Información.

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Lisboa, Portugal

FECHA: Abril 2021

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) GARCÍA-ARRANZ, A., (3) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M,

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: IMPACT OF BRANDED CONTENT MARKETING WITHIN SOCIAL MEDIA ON FOLLOWERS' BRAND INTERACTIONS. THE LUXURY BRAND MANOLO BLAHNIK AS A CASE OF STUDY

ENTIDAD ORGANIZADORA: European Advertising Academy

TÍTULO DEL CONGRESO: International Conference on Research in Advertising (ICORIA) 2021

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Burdeos, Francia

FECHA: Junio 2021

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M,

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: IMPACTO, ALCANCE Y SENTIMIENTOS PREDICTIVOS EN LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS MARCAS DE MODA DE LUJO LOEWE Y MANOLO BLAHNIK

ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad Alcalá de Henares

TÍTULO DEL CONGRESO: XX Congreso Internacional de Marketing Público y No Lucrativo, con el lema de "marketing público y no lucrativo en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible"

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Universidad Alcalá de Henares

FECHA: Junio 2021

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) BALSECA, J., (3) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M., (4) GARCÍA-ARRANZ, A., (5) SÁNCHEZ- GONZÁLEZ, P.

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: INFLUENCE OF YOUTUBERS THE SPAIN VS. ECUADOR IN THE PROMOTION AND POSITION OF FASHION BRANDS.

ENTIDAD ORGANIZADORA: European Communication Research and Education Association

TÍTULO DEL CONGRESO: 8th European Communication Conference.

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Universidad de Minho, Portugal FECHA: Septiembre 2021

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B. (2) FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ, C. (3) CIVILA, S. TÍTULO DE LA APORTACIÓN:

ENTIDADES ORGANIZADORAS: Universidad de Salamanca y Universidad de Alicante

TÍTULO DEL CONGRESO: II Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales (CINCOMA)

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Conferencia virtual FECHA: Octubre 2021

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B. (2) FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ, C.

TÍTULO DE LA APORTACIÓN: MARCAS, MODA E INFLUENCERS: LAS NUEVAS GENERACIONES

ENTIDAD ORGANIZADORA: Universidad Autónoma de Barcelona

TÍTULO DEL CONGRESO: VIII Congreso Internacional AE-IC, Comunicación y Ciudad Conectada

ÁMBITO DEL CONGRESO: Internacional

TIPO DE PARTICIPACIÓN: PONENCIA

LUGAR: Conferencia virtual FECHA: Julio 2022

3. CAPÍTULOS DE LIBROS

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) BALSECA MERA, J., (3) LARREA-AYALA, A.M.

TÍTULO DEL CAPÍTULO: MARKETING DE INFLUENCERS EN LA INDUSTRIA DE LA MODA: UNA COMPARATIVA ENTRE YOUTUBERS DE ESPAÑA Y ECUADOR

EDITORES: Jesús Segarra Saavedra, Tatiana Hildalgo-Marí y Javier Herrero Gutiérrez.

TÍTULO DEL LIBRO: INNOVACIÓN Y COMUNICACIÓN, RETOS DOCENTES PARA LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

EDITORIAL: Fragua

ISBN: 978-84-7074-874-5

LUGAR Y FECHA DE PUBLICACIÓN: España, 2020

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.

TÍTULO DEL CAPÍTULO: YOUTUBERS AS INFLUENCERS IN THE RESPONSIBLE PROMOTION AND HAPPINESS MANAGEMENT OF FASHION BRANDS

EDITORES: Rafael Ravina-Ripoll, Luis Bayando Tobar Pesantez, Araceli Galiano Coronil y José Marchena Domínguez.

TÍTULO DEL LIBRO: Happiness Management and Social Marketing: A wave of sustainability and creativity

EDITORIAL: Peter Lang

ISBN: 978-3-0343-3974-2

LUGAR Y FECHA DE PUBLICACIÓN: España, 2021

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) CIVILA, S.

TÍTULO DEL CAPÍTULO: REDES SOCIALES: CONCEPTOS Y TENDENCIAS DEL MARKETING DE MODA

EDITORES: Javier Sierra Sánchez, Almudena Barrientos Báez.

TÍTULO DEL LIBRO: Cosmovisión de la Comunicación en Redes Sociales en la Era Postdigital

EDITORIAL: McGraw Hill

ISBN: 978-84-486-2434-7

LUGAR Y FECHA DE PUBLICACIÓN: España, 2021

AUTORES: (1) CASTILLO-ABDUL, B., (2) CIVILA, S.

TÍTULO DEL CAPÍTULO: SELFIES, VIDEOJUEGOS Y REDES SOCIALES: ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DE LOS INFLUENCERS

EDITORES: Javier Gil Quintana

TÍTULO DEL LIBRO: ¿Quieres ser influencer de aprendizaje?

EDITORIAL: Icaria

ISBN: 978- 84-18826-18-4

LUGAR Y FECHA DE PUBLICACIÓN: España, 2021

4. LIBROS

EDITORES: (1) JAVIER GIL-QUINTA; (2) BÁRBARA CASTILLO-ABDUL (COORDS).

TÍTULO DEL LIBRO: INFLUENCIAR PARA CONSTRUIR LAS SOMBRAS DE LA REALIDAD: YOUTUBERS E INFLUENCERS EN LA ERA POSTDIGITAL.

EDITORIAL: Síndesis.

ISBN:978-84-18206-43-6

PÁGINAS: 236.

FECHA DE PUBLICACIÓN: octubre, 2020.

Criterios de calidad de la publicación: La obra colectiva presenta 9 capítulos inéditos. En ella participaron autores de México, Brasil, Ecuador, Colombia y España. Contó con un sistema de revisión por pares ciegos, sometiéndose cada capítulo a un riguroso sistema de evaluación de pruebas. El comité científico internacional de la obra lo conformaron 14 profesores titulares y catedráticos de Universidad en Iberoamérica. El prólogo de la obra es de Carmen Marta Lazo, titular, acreditada a acreditada a catedrática de Comunicación de la Universidad de Zaragoza.



EDITORES: (1) BÁRBARA CASTILLO-ABDUL (2) VICTORIA GARCÍA-PRIETO (COORDS).

TÍTULO DEL LIBRO: PROSUMIDORES EMERGENTES: REDES SOCIALES, ALFABETIZACIÓN Y CREACIÓN DE CONTENIDOS

EDITORIAL: Dykinson

ISBN: 978-84-1377-586-9

PÁGINAS: 913

FECHA DE PUBLICACIÓN: septiembre, 2021.

CRITERIOS DE CALIDAD DE LA PUBLICACIÓN: Publicación en la editorial Dykinson, ubicada en el puesto 13 del Scholarly Publishers Indicators 2018 de editoriales españolas, ICEE. 456.000. La obra colectiva presenta 41 capítulos inéditos. En ella participaron más de un centenar de autores de Iberoamérica.