



### Datos generales

- Periodo de Examen Extraordinario: **Del 07 de diciembre al 25 de enero de 2025**
- **Fechas de aplicación: Del 13 al 18 de enero de 2025**
- Nombre del profesor(a): María del Pilar Elizabeth Flores Ramírez
- Correo electrónico del profesor (a): [mdp.flores@comunidad.unam.mx](mailto:mdp.flores@comunidad.unam.mx)
- Clave de la materia: 2514/1842
- Nombre de la materia: Publicidad global e identidad nacional
- Licenciatura: Ciencias de la comunicación
- Semestre al que pertenece: 5o
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria
- Número de créditos: 8

### Características del examen

#### Temario

Unidad 1. La sociedad industrial contemporánea

- 1.1 Impactos tecnológicos
- 1.2 Impactos culturales
- 1.3 Pérdida de las identidades

Unidad 2. La globalización y las economías neoliberales

- 2.1 Economías de Mercado
- 2.2 Economías del entretenimiento

Unidad 3. El mundo como un mercado único

- 3.1 Agencias de publicidad global
- 3.2. Agencias de publicidad regionales y locales

Unidad 4. La globalización de las comunicaciones

- 4.1. Campañas globales
- 4.2. Campañas locales

Unidad 5. La concentración y centralización en la publicidad

- 5.1 MTV
- 5.2. Redes sociales
- 5.3. Publicidad en la Web

#### Contenidos a evaluar

- Conocimiento de las bases teóricas e históricas, alcances y conceptos principales de la Publicidad, tanto en el marco local, como global.
- Reflexión propia para la aplicación práctica de los contenidos de la asignatura en casos reales
- Redacción (cuidado en ortografía y gramática correctas); creatividad; capacidad de análisis y síntesis de la información; pensamiento crítico, habilidades de expresión oral y escrita mediante la argumentación propia



- Correcta citación y construcción de aparato crítico

### **Bibliografía básica**

Bauman, Zygmunt, *Modernidad líquida*, Argentina, FCE, 2004, 232 pp.

Borja, Jordi y Manuel Castells, *Local y Global: La gestión de las ciudades en la era de la información*, México 2002, 418 p.

Chomsky, Noam y Dieterich, Heinz, *La sociedad Global. Educación, mercado y democracia*, México, Joaquín Mortiz, 1999 (séptima reimpresión), 198 pp.

Clark, Eric, *La publicidad y su poder*, Planeta, 1989.

García Carola. *El poder de la industria publicitaria en México*. Ed. Comunicación y política. 2014. México.

Gómez Mont, Carmen, *Nuevas tecnologías y medios de comunicación en México*, México, Trillas, 1995, 241 pp.

González Chávez, Gerardo, La Globalización y el mercado de trabajo en México. En *Problemas del Desarrollo*, vol. 35, núm. 138, julio-septiembre, México, IIEc UNAM, 2004, pp. 99-124.

Matterlart, Armand, *La publicidad*, Paidós, 1991

Pascual, Mayte, *En Qué Mundo Vivimos: Conversaciones con Manuel Castells*, Ø Madrid, Alianza Editorial, 2006, 294 pp.

Ramonet, Ignacio, *La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*, Barcelona, España, Icaria Editorial, 2002, 174 pp.

Sánchez Gudiño, Hugo. Globalización e información: Agenda mundial para un nuevo debate en la sociedad post democrática. En *Revista Matices de Posgrado*, Vol.5, No.11, ISSN: 1870-6738, México, FES-UNAM-Aragón, 2010.

Sinclair, John; Cassiano Ferreira, García Calderón Carola. Jambeiro Othon, Aguirre Carolina, Castellón Lucía. The advertising industry in Latin America: A comparative study. *The International Communication Gazette* Volume 71 Issue 8, December 2009. Sage publications. London U.K.

Tomlinson, John, *Globalización y cultura*, Oxford University, 2001.

Touraine, Alan *¿Podremos vivir juntos?* Fondo de Cultura Económica, México 2003, 335 p



Trejo Delarbe, Raúl, *Poderes salvajes. mediocracia sin contrapesos*, México, Ediciones Cal y Arena, 2005, 206 pp.

Wolton, Dominique, *Salvemos la Comunicación: aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial*, Barcelona, Gedisa, 2006, 202 pp.

#### Recurso de evaluación

- Elaboración de un trabajo escrito de investigación documental, **de 7 a 15 cuartillas máximo, en formato PDF**, de acuerdo a las características y lineamientos del examen.
- Una presentación oral en video, con duración mínima de 15 minutos y máxima de 30 minutos. El video puede incluir solo al alumno exponiendo o aparecer en pantalla junto con su presentación (No se permite el envío de videos donde no aparezca el alumno exponiendo personalmente para asegurar la identidad del alumno/a que presenta el examen) y enviarse en formato mp4 ya sea por link de descarga (en drive, ropbox, weshare o similares) o subirse a alguna plataforma de visualización como Youtube o Vimeo.
- **Es indispensable el envío de ambos recursos: presentación + video.**
- **Es responsabilidad del alumno asegurarse de que el video sea accesible (no solicite contraseña de acceso) y que el pdf sea legible y se pueda abrir y leer (no sea un archivo corrupto o dañado), así como de guardar una copia hasta que finalice el periodo de exámenes extraordinarios por si se requiriera enviar nuevamente por algún problema técnico de visualización.**

#### Examen

Elaborado a criterio del Profesor.

1. El alumno o alumna desarrollará una propuesta hipotética para el desarrollo de dos campañas publicitarias, una local y una global, para dar a conocer uno de los siguientes tres productos (solo uno) enfocado a un segmento específico de la población universitaria en México: un perfume/loción, un par de tenis o un celular.

NO será necesaria la elaboración y presentación del *brief* ni de la campaña, sino la investigación documental, análisis de conceptos teóricos, reflexión y argumentación necesarias para elaborar el plan de desarrollo del mismo, así como las características principales que el alumno/a concluye que deberán llevar tanto la campaña local como la global, y los elementos que las caracterizan individualmente y diferencian entre ellas.

En dicha investigación deberá abordar al menos uno de los temas de cada unidad del temario y ligarlo a su propuesta de proyecto. Se reitera que debe estar sustentada en bases teóricas e información relevante actual, producto de la investigación del alumnado en distintas fuentes de información.



Toda esta investigación se plasmará en un ensayo de entre **7 a 15 cuartillas MÁXIMO**, que incluya portada, introducción, cuerpo del trabajo (disertación principal), conclusiones y bibliografía.

2. Posteriormente, realizará la grabación en video donde de manera personal; es decir, ante cámara, dará de manera oral la exposición de su presentación.

A partir de lo anterior, durante la presentación del trabajo deberá explicar los conceptos que se hacen presentes en su proyecto y qué elementos hicieron posible su identificación, así como sus alcances y relación con los conceptos teóricos que los sustentan.

Toda la información textual o parafraseada deberá ir debidamente citada, cuidando uso de comillas cuando sea necesario y en la exposición oral usar expresiones como “En palabras de...”, “De acuerdo a...”, “Citando a...”, o expresiones similares para indicar cuando las ideas a presentar en ese momento no son de su autoría.

Una vez concluida la grabación, el alumno/alumna debe enviar tanto su video en formato wma o mp4, como su trabajo escrito en pdf, en archivos o link de descarga al correo de la profesora indicado en los presentes lineamientos.

#### Criterios de acreditación

- Estructura y claridad en el trabajo escrito (Argumentación personal, muestra de investigación, ortografía, redacción y gramática): 65%
- Presentación oral (cuidado y claridad en la estructura de la presentación, ejemplificación de los conceptos y mención de autores y fuentes de consulta): 35%

Fecha de contacto entre profesora y alumnado:

- Dudas respecto a los contenidos, evaluación, estructura de la presentación, aspectos técnicos o recomendaciones bibliográficas escribir a [mdp.flores@comunidad.unam.mx](mailto:mdp.flores@comunidad.unam.mx)
- El periodo para la recepción de dudas será desde la publicación de los presentes lineamientos hasta las 23:59 horas del viernes 5 de enero de 2024. En el correo, se deberá indicar claramente el nombre de la asignatura para la cual se realiza el examen extraordinario y sus dudas redactadas lo más claramente posible.
- No se recibirán exámenes fuera del periodo programado; es decir, se recibirán a partir de las 00:01 horas del 13 de enero de 2025 hasta las 23:59 horas del 18 de enero de 2025