



### Datos generales

- Fecha del Examen Extraordinario: 01 al 22 de junio 2024
- Nombre del profesor(a): José Ángel Garfias Frías
- Correo electrónico del profesor (a): angelgarfias@politicas.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



- Bibliografía básica

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

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

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

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.

Saxe-Fernández, John, Terror e imperialismo. La hegemonía y economía de Estados Unidos, México, Ed. Debate, 2006, 303 pp. (pp. 97-120).

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

Trejo Delarbre, 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

- Trabajo de investigación a manera de ensayo de alguno de los temas del temario donde se plantee un problema y a través de argumentación o algún instrumento de corte cualitativo o cuantitativo demostrar la idea central, por ejemplo, puede hacerse un análisis publicitario, o análisis de contenido televisivo o documentación histórica de un tema.

- Características de presentación del trabajo:

Extensión: 15 cuartillas

Tipo de letra: Arial 12

Espaciado: 1.5.

Formato: pdf



Examen
<p>El trabajo de investigación debe tener la siguiente estructura:</p> <p>Introducción: presentando un breve resumen del trabajo.</p> <p>Planteamiento central: Explicando la problemática y argumento central a discutir o analizar, aquí debe indicar de manera clara a qué unidad del temario se circunscribe el trabajo.</p> <p>Marco teórico: La teoría bajo la cual se podrá argumentar o analizar el trabajo.</p> <p>Metodología (análisis, argumentación, etc.): Determinar las características del análisis o los datos a comparar, o si se realizan encuestas o entrevistas.</p> <p>Resultados: Los resultados más relevantes, de preferencia en tablas o graficas si la metodología así lo permite.</p> <p>Conclusiones: Se cierra la idea central del planteamiento y se discuten los hallazgos.</p> <p>Referencias: Al menos 8 referencias de libros o revistas académicas.</p>
Criterios de acreditación
<p>Estructura: 30%</p> <p>Argumentación: 50%</p> <p>Ortografía y redacción: 20%</p>
Fecha de contacto entre profesor y alumno Durante el periodo de exámenes