



Datos generales
<ul style="list-style-type: none"><li>○ Fecha del Examen Extraordinario: Del 21 al 28 de junio de 2025</li><li>○ Nombre del profesor(a): Brenda Cecilia Ojinaga Zapata</li><li>○ Correo electrónico del profesor (a): brendaojinaga@politicas.unam.mx</li><li>○ Clave de la materia: 2514</li><li>○ Nombre de la materia: Publicidad Global e Identidad Nacional</li><li>○ Licenciatura: Ciencias de la Comunicación</li><li>○ Semestre al que pertenece: 5º</li><li>○ Carácter de la materia (obligatoria u optativa): optativa de elección</li><li>○ Número de créditos: 8</li></ul>
Características del examen
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Temario</b> Tema 1. La sociedad industrial contemporánea Tema 2. La globalización y las economías neoliberales Tema 3. El mundo como un mercado único Tema 4. La globalización de las comunicaciones Tema 5. La concentración y centralización en la publicidad</li><li>● <b>Contenidos a evaluar</b><ul style="list-style-type: none"><li>- Correcto entendimiento y uso de los conceptos: globalización, medios publicitarios, cultura e identidades sociales</li><li>- Explicación sobre las implicaciones que tiene la globalización en el plano de la cultura y de la construcción de identidades</li><li>- Desarrollar cómo influyen los procesos de globalización en el sentido de identidad de las personas, de los grupos y de las colectividades</li><li>- Cuidado y atención a la redacción y correcta ortografía</li><li>- Capacidad de análisis y argumentación de la información</li><li>- Pensamiento crítico, habilidades y competencias orales y expresivas</li><li>- Correcta citación en formato APA.</li></ul></li></ul>



- **Bibliografía básica**

**Tema 1. La sociedad industrial contemporánea**

- Chomsky, Noam y Dieterich, Heinz, La sociedad Global. Educación, mercado y democracia, México, Joaquín Mortiz, 1999 (séptima reimpresión), 198 pp.
- Gómez Mont, Carmen, Nuevas tecnologías y medios de comunicación en México, México, Trillas, 1995, 241 pp.
- Guillen, Arturo (2007), Mito y realidad de la globalización neoliberal, México, ed. Universidad Autónoma Metropolitana y Miguel Ángel Porrúa, 334 pp. (Capítulo: pp. 121-145)
- Saxe-Fernández, John, Terror e imperialismo. La hegemonía y economía de Estados Unidos, México, Ed. Debate, 2006, 303 pp. (pp. 97-120).

**Tema 2. La globalización y las economías neoliberales**

- Baker, Stephen, Los Numerati, México, Planeta, 2009, 239 pp.
- Bauman, Zygmunt, Modernidad líquida, Argentina, FCE, 2004, 232 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.
- 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.
- 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.

**Tema 3. El mundo como un mercado único**

- Borja, Jordi y Manuel Castells, Local y Global: La gestión de las ciudades en la era de la información, México 2002, 418 p.
- Touraine, Alan ¿Podremos vivir juntos? Fondo de Cultura Económica, México 2003, 335 p
- Ziccardi, Alicia y otros, Ciudades del 2010 Entre la sociedad del conocimiento y la desigualdad social, Coordinación de Humanidades, UNAM, México 2012, 105 p.

**Tema 4. La globalización de las comunicaciones**



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

### Tema 5. La concentración y centralización en la publicidad

- 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.
- Matterlart, Armand, La publicidad, Paidós, 1991
- Pascual, Mayte, En Qué Mundo Vivimos: Conversaciones con Manuel Castells, Ø Madrid, Alianza Editorial, 2006, 294 pp.
- Sinclair, John; Cassiano Ferreira, García Calderón Carola. Jambeiro Othon, Aguirre Carolina, Castellón Lucía. The advertising industry in Latin America: A comparative study, iY The International Communication Gazette Volume 71 Issue 8, December 2009. Sage publications. London U.K.
- Tomlinson, John, Globalización y cultura, Oxford University, 2001

**\*Aquí puedes consultar algunos textos:**

[https://drive.google.com/drive/folders/1BRsur6q6\\_BioSWGq1RvWzbR3TpD7P2\\_a?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1BRsur6q6_BioSWGq1RvWzbR3TpD7P2_a?usp=sharing)

- **Recurso de evaluación**

-Elaborar un **video ensayo** en el formato que el estudiante elija: powerpoint, prezi, keynote, canva.

- Debe ser grabada en video (voz e imagen del alumno/alumna) y enviarse al correo electrónico de la profesora (**brendaojinaga@politicas.unam.mx**) en las fechas establecidas por el Consejo Técnico para la aplicación de Exámenes extraordinarios (Del 21 al 28 de junio de 2025)

- **Características de presentación del trabajo**

- Mínimo de 10 diapositivas y un máximo 20 diapositivas (sin contar portada y fuentes de consulta)

-Presentación del video mínimo 8 minutos y máximo 15 minutos

-El video puede incluir sólo 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).

-Enviarse en formato mp4 ya sea por link de descarga (en drive, dropbox, weshare o similares) o subirse a alguna plataforma como Youtube o Vimeo.

-El video se deberá adjuntar por correo con la presentación que usó como apoyo para la grabación de su examen (o el link a la misma en caso de que sea alojada en alguna plataforma)



-Es indispensable el envío de ambos recursos: presentación + video.

-No se recibirán exámenes finales entregados/enviados ni antes ni después del periodo de aplicación de exámenes extraordinarios aprobado por el H. Consejo Técnico y publicados en el calendario escolar del SUAYED para el ciclo 2025-2. Se tomará como hora de entrega la que marque la bandeja de entrada de correo electrónico; una vez recibido el examen, la profesora confirmará de recibido, indicando la fecha y hora de recepción así como si el archivo se visualiza correctamente.

### Examen

Elaborado a criterio del Profesor.

A partir de la revisión de los temas del plan de estudios de la materia, el alumno/alumna deberá exponer lo siguiente en su video ensayo:

- 1) Una breve introducción sobre el papel de la publicidad en la historia social del siglo XX a partir del concepto de identidad nacional y su relación con la cultura global.
- 2) Se deben explicar de manera breve y coherente los cambios que surgieron a partir del siglo XX en las relaciones sociales, los estilos de vida y formas de consumo a partir de la globalización y su impacto en los discursos nacionalistas. Deben englobar: acontecimientos históricos, avances tecnológicos, cambios culturales, principales medios de comunicación y dar al menos 3 ejemplos de estos cambios a partir de los medios publicitarios.
- 3) A partir del texto: Giménez, G. (2005) Cultura, identidad y metropolitanismo global. Revista Mexicana de Sociología, 67 (3). Instituto de Investigaciones Sociales- Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en:  
 cultura, identidad y metropolitanismo global\_gilbertogimeñez.pdf deberán explicar las 6 tesis que expone el autor a partir de ejemplos propios relacionados con la publicidad.
- 4) Incluir una conclusión breve a partir de una perspectiva crítica y analítica del tema o acontecimiento elegido.
- 5) Estos temas deben desarrollarse con coherencia y deberán estar expuestos en su totalidad en el video ensayo.
- 6) El alumno/alumna debe enviar el archivo (en Drive, DropBox, etc.) o link (puede alojar en YouTube, etc.) al correo de la profesora: [brendaojinaga@politiclas.unam.mx](mailto:brendaojinaga@politiclas.unam.mx), junto con la presentación en las fechas establecidas para la aplicación de exámenes extraordinarios.



### Criterios de acreditación

- Cumplir con los tiempo mínimos de duración del video (8 minutos) y con el mínimo de diapositivas (10)
- Creatividad en la presentación y exposición , que el audio sea claro y las imágenes coincidan con la narrativa.
- Citado al final de la presentación APA 6ta Edición
- Indispensable incluir todas las fuentes de consulta al final de la presentación
- El video debe incluir medios multimedia como imágenes, audio, etc.
- Carátula de la presentación (no cuenta como diapositiva): universidad, datos de la facultad,
- Nombre de la materia, nombre del docente, nombre del alumno/alumna, actividad que se está elaborando y fecha
- Se tomará en cuenta coherencia de la información y fundamentos de la información

**Nota:** Los elementos establecidos en el formato son los mínimos necesarios para la elaboración de los lineamientos de los exámenes extraordinarios para el sistema abierto. Si usted considera adecuado agregar algún elemento que no se menciona en el presente formato, será integrado.

- Si se detecta plagio en los contenidos, se anulará el examen extraordinario, es indispensable citar de manera correcta.
- Dudas respecto a los contenidos, evaluación, estructura de la presentación escribir a [brendaojinaga@politicasy sociales.unam.mx](mailto:brendaojinaga@politicasy sociales.unam.mx)