



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

Secretaría Académica

Comité Editorial

DICTAMEN CE_11_2022

Se resuelve por el Comité Editorial del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas la propuesta del **Dr. Cesar Omar Mora**, Presidente del Colegio Departamental del **Departamento de Administración** respecto de la obra titulada:

"La investigación publicitaria en México: desafíos y transformaciones durante la pandemia"

Con contenido:

Prólogo

Introducción Raúl Santos Morales, Marco Tulio Flores Mayorga

Capítulo 1

Publicidad y nuevas tecnologías ante la crisis sanitaria del Covid 19 en México Carola García Calderón

Capítulo 2

El virus que vende. El discurso publicitario de productos de higiene durante la pandemia Raúl Anthony Olmedo Neri

Capítulo 3

Los excesos del etiquetado. Reacciones del consumidor mexicano en redes sociales ante la iniciativa gubernamental..... Liliana Andrea Sánchez Islas y Eder Antonio Salamanca Fuentes

Capítulo 4

Comportamiento compulsivo del consumidor hacia las compras como efecto de la publicidad digital de tendencias de moda dentro de la industria textil..... Karen Lizeth Chávez Ayala, José Roberto Tovar Herrera y Claudia Ivette Rodríguez Lucio

Capítulo 5

Estrategias de publicidad y marketing en pozolerías de Chilpancingo, para hacer frente a la situación originada por el Covid-19..... José Luis Susano García y Martín Cornelio Nava

Capítulo 6

Beneficios y aprendizajes del community manager en la pandemia: perspectivas de egresadas en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Colima..... Marina Vázquez Guerrero, Beatriz Paulina Rivera Cervantes y Ana Isabel Zermeño Flores

Página 1 de 3



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

Secretaría Académica

Comité Editorial

Capítulo 7

Las tecnologías emergentes en la enseñanza de las relaciones públicas.....

Marco Tulio Flores Mayorga y Andrés Valdez Zepeda

Capítulo 8

Relaciones públicas en organizaciones del tercer sector durante la pandemia.....

Herlinda Ortiz Rodríguez

Capítulo 9

Estrategias de comunicación de las marcas-festival (musicales) en México durante la pandemia de la Covid-19.....

Sergio Rivera Magos, María de la Luz Fernández Barros y Karla Negrete Huelga.

Capítulo 10

La pandemia como oportunidad para la construcción del capital social de las tiendas departamentales en México a través de la publicidad en el mundo virtual.....

Raúl Santos Morales y Roberto Alejandro López Novelo

Capítulo 11

Politainment. Memes e ironía en entornos virtuales respecto a la estrategia política de propaganda del excandidato presidencial Ricardo Anaya rumbo al 2024.....

Amaury Fernández Reyes

El Comité ha dictaminado **"PUBLICAR SIN CAMBIOS"** por contar con los elementos teóricos, metodológicos, técnicos y de redacción como resultado de la evaluación a doble ciego a la que fue sometida la obra para su evaluación, lo anterior en conformidad en con lo establecido en el Reglamento para la Producción Editorial de este Centro Universitario, en su Título Tercero, De la evaluación de las Obras, Artículos 9 y 10.

Atentamente

"Piensa y Trabaja"

"2022, Guadalajara, hogar de la Feria Internacional del Libro y Capital Mundial del Libro"

Zapopan, Jal., 28 de noviembre de 2022

Página 2 de 3



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas

Secretaría Académica

Comité Editorial

Comité Editorial

Mtro. Luis Gustavo Padilla Montes
Presidente del Comité Editorial

Dr. José María Nava Preciado
Secretario Académico

Dr. Isaí Guizar Mateos
Representante de la División de
Economía y Sociedad

Dr. Cristian Omar Alcantar López
Representante de la División de
Contaduría

Dr. Juan José Huerta Mata
Representante de la División de Gestión
Empresarial

Mtra. Bertha Yolanda Quintero Maciel
Coordinadora de Investigación

Dra. Juana Eugenia Silva Guerrero
Coordinadora de Posgrado

Mtro. Guillermo Antonio Reyna Figueroa
Secretario Técnico del
Comité Editorial

La presente hoja de firmas corresponde al Dictamen CE_11_22 de fecha 28 de noviembre de 2022 del Comité Editorial. -----