

Fotografía de portada: Midjourney Inc.

La investigación publicitaria en México: desafíos y transformaciones durante la pandemia
Marco Tulio Flores Mayorga y Raúl Santos Morales (coordinadores).

Este libro fue financiado con recurso del presupuesto subsidio ordinario federal de la Coordinación de Investigación del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

Los capítulos contenidos en este libro son fruto del trabajo colaborativo de la Red Iberoamericana de Investigadores en Publicidad (REDIPUB) Capítulo México.

El material publicado fue dictaminado por investigadores con amplio reconocimiento científico bajo el sistema de doble ciego emitido por académicos (internos o externos) a esta institución y especialistas en la materia.

Primera edición, 2024.

D.R. © 2024, Universidad de Guadalajara.

Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

Av. Periférico Norte 799.

Núcleo Universitario Los Belenes, Zapopan, Jalisco, México, C.P. 45100.

Tel: +52(33)3770 3300 ext. 25668.

ISBN: 978-607-581-169-7

Editado y hecho en México.

Edited and made in Mexico.