



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**PROGRAMA “SPOTS PUBLICITARIOS, MIS
HISTORIAS” Y LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS
NARRATIVOS EN ESTUDIANTES DEL TERCER AÑO
DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
“SAN JUAN BAUTISTA” – PIURA – 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO
ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN EDUCACIÓN
CON MENCIÓN EN DOCENCIA Y GESTIÓN
EDUCATIVA**

AUTOR:

Br. JAVIER SEGUNDO SILVA CARNERO

ASESOR:

Dr. JOSÉ WENCESLAO MENACHO ALVARADO

SECCIÓN:

EDUCACIÓN E IDIOMAS

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
INNOVACIONES PEDAGÓGICAS**

PERÚ – 2016

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar la Influencia del programa denominado “Los spots publicitarios, mis historias” en el desarrollo de la competencia de producción de textos narrativos en estudiantes del tercer año de secundaria de la Institución Educativa “San Juan Bautista” – Piura – en el año 2016.

La presente trabajo académico constituye una investigación de tipo experimental (descriptiva). El desarrollo de la tesis se trabajó con una población de 22 estudiantes de tercer año de secundaria de la Institución Educativa “San Juan Bautista”. Para el recojo de información se aplicó a los adolescentes una ficha de observación de veinte indicadores relacionados a la competencia de producción de textos narrativos; tanto antes como después de la aplicación del programa cuyo objetivo es desarrollar las capacidades de la producción de textos narrativos en el ámbito escolar. El método utilizado en la investigación responde al enfoque cuantitativo. El análisis de datos se efectuó a través del empleo de la estadística descriptiva con frecuencias y porcentajes, así también se empleó el estadístico inferencial a través de la prueba T de student para comprobar la significatividad de los hallazgos. La hipótesis planteada fue: El programa denominado “Spots publicitarios, mis historias” influye positivamente en el desarrollo de la competencia de producción de textos narrativos en estudiantes del tercer año de secundaria de la Institución Educativa “San Juan Bautista” –Piura–2016.

Los resultados nos muestran que en el pre test que los 22 adolescentes se hallaban en el nivel deficiente (el 100%) y que luego de haberse aplicado el programa ya no hubo estudiantes en el nivel deficiente; en cambio, el 86.36% de estudiantes (19) se ubicó en el nivel eficiente y el 13.63% de los estudiantes (3), en el nivel regular. Ello permite confirmar la tesis: El programa “Spots publicitarios, mis historias” influye positivamente en el desarrollo de la competencia de producción de textos narrativos en los estudiantes del tercer año de secundaria de la Institución Educativa “San Juan Bautista”, lo cual se demostró con la prueba T de student con un valor de sig (bilateral) igual a 0,00000; es decir es menor a 0,05 afirmando que la aplicación del programa mejora significativamente la producción de textos narrativos.

Palabras clave: Spots publicitarios, textos narrativos, planificación, textualización, reflexión.

ABSTRACT

This research aimed to determinate the influence of the program denominated “Advertising spots, my stories” in the development of the competence of narrative texts production in students of third grade B at the San Juan Bautista high school in San Martín of Piura at the 2016.

The present investigation It is of type experimental (descriptive). The development of the thesis worked with a sample of 22 students of third grade of “San Juan” high school. For information gathering was used an observation sheet to children applied both before and after application of a program, whose aim was to increase production levels of narrative texts. The method used in research responds to the quantitative approach. Data analysis was performed through the use of descriptive statistics with frequencies and percentages, and the inferential statistical was also used by the T student test to check the significance of the findings. The hypothesis was: “Advertising spots, my stories” significantly improves the production of narrative texts in students of third grade B at the San Juan Bautista high school – Piura – 2016.

The results show us in the pretest 100% of students (22) were at the wrong level, however, after applying the program no one was at the wrong level. Whereupon the specific hypotheses low and high contrast performance before and after the program applied respectively. In conclusion “Advertising spots, my stories” significantly influence the production of narrative texts. It was demonstrated with T student test with a value of sig (bilateral) is equal to 0.0000; it is less than 0.05 then is confirmed the application of “Advertising spots, my stories” improvement significantly the production of narrative texts.

It is concluded that the students have gotten in their efficient way to produce narrative texts.

Key words: advertising spots, narrative text, planning texts, textualization of texts, reflection from texts.