



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**“NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS
COMUNICACIONALES DE LAS ACTIVIDADES BELOW THE LINE
DE LA MARCA RED BULL EN LOS ESTUDIANTES DE LA
FACULTAD DE PSICOLOGIA TURNO MAÑANA DE LA
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE, 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

AUTOR:

DURAND RODRÍGUEZ JOSÉ ABEL

ASESOR:

MG. SMITH CORRALES CÉSAR AUGUSTO

Línea de Investigación

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

Año 2015

Secretario

Presidente

Vocal

DEDICATORIA

Para mis futuros colegas y personas en general, que busquen incrementar sus conocimientos acerca de la publicidad.

AGRADECIMIENTO

A Dios y mis padres por su apoyo incondicional en este largo camino.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo José Abel Durand Rodríguez con DNI N° 46658841, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, diciembre del 2015

José Abel Durand Rodríguez

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES DE LAS ACTIVIDADES BELOW ON THE LINE DE LA MARCA RED BULL EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE PSICOLOGIA TURNO MAÑANA DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE, 2015”** la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Esta investigación tiene como objetivo determinar el nivel de aceptación de las herramientas comunicacionales de la actividades Belowthe line en los estudiantes de la mencionada universidad, mediante un estudio descriptivo que permitirá determinar la realidad de lo acontecido.

La presente tesis consta de cuatro capítulos. El primero, está relacionado con el problema de investigación y está constituido por el planteamiento del problema, formulación del problema, justificación, limitaciones, antecedentes y objetivos; el segundo, se refiere exclusivamente al marco teórico que sirve para sustentar la investigación; el tercero, define todo el marco metodológico, el cual incluye la hipótesis de la investigación, las variables, metodología, población y muestra, y método de análisis de datos; el cuarto, menciona los resultados que se ha obtenido a través la presente investigación, así como su descripción, discusión, conclusiones y sugerencias que conlleva la indagación; y finalmente, se presenta las referencias bibliográficas y anexos.

José Abel Durand Rodríguez

RESUMEN

Esta investigación es de un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo simple, tuvo como objetivo general determinar el nivel de aceptación de las herramientas comunicacionales de las actividades BTL de la marca Red Bull de los estudiantes de la facultad de Psicología turno mañana de la Universidad Privada del Norte en el año 2015. El diseño de la investigación es no experimental- transversal porque no existió continuidad en el eje del tiempo, es de nivel aplicado. Se trabajó con una muestra de 94 estudiantes. Para determinarla, se aplicó la técnica de muestreo probabilístico por ser una población con características comunes que persigue inferencia estadística de enfoque cuantitativo. El método de análisis de datos se realizó en el SPSS para la elaboración de gráficos estadísticos.

En la comprobación de instrumentos, se utilizó la prueba de Alfa de Cronbach para determinar el nivel de confiabilidad del instrumento presentado, en los resultados se evidenció un nivel de aceptación significativo con los estudiantes.

Palabras clave: aceptación, herramientas comunicacionales, publicidad BTL.

ABSTRACT

This research is a quantitative approach simple descriptive, had as general objective to determine the level of acceptance of the communication tools of the BTL activities brand Red Bull students of the Faculty of Psychology morning shift of Private University North in the year 2015. The research design is not experimentally cross because there was no continuity in the time axis, it is applied level. We worked with a sample of 94 students. To determine the probability sampling technique applied to be a population with common characteristics that pursues quantitative statistical inference approach. The method of data analysis performed with SPSS for developing statistical graphs.

TestCronbach's alpha was used in the test instrument to determine the level of reliability of the instrument presented in the results a significant level of acceptance with students was evidenced.

Keywords: acceptance, communication tools, advertising BTL.

ÍNDICE

Página de Jurado	ii
Dedicatoria	III
Agradecimiento.....	IV
Declaración de Autenticidad	V
Presentación.....	VI
Resumen	VII
Abstract	VIII
I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	10
1.2 Trabajos Previos.....	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.4 Formulación del problema	19
1.5	
1.6 Justificación del estudio.....	20
1.7 Objetivos	21
II. MÉTODO	
2.1 Diseño de Investigación.....	22
2.2 Operacionalización de variables.....	24
2.3 Población y muestra	28
2.4Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ..	29
2.5. Métodos de análisis de datos	30
2.6. Aspectos éticos	32
III. RESULTADOS.....	33
IV. DISCUSIÓN	50
V. CONCLUSIÓN	53
VI. RECOMENDACIONES	54
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	
ANEXOS	55