

TÍTULO DE LA TESIS:

Plataforma no convencional de gestión publicitaria en la televisión peruana - Caso programa “Al fondo hay sitio”.

FICHA TÉCNICA:

Tesista: Ibarra Hudtwalcker, Juan Alberto.

Grado y especialidad: Maestro en Publicidad.

Fecha de sustentación: 16 de noviembre del 2018.

Tribunal: Miguel Valdez Orriaga (presidente), Alejandro Seminario Campos (secretario) y Rodrigo Vivar Farfán (vocal).

RESUMEN:

La investigación tuvo como objetivo general comprender cómo se usan las plataformas no convencionales de gestión publicitaria en la televisión peruana - Caso “Al fondo hay sitio”, por medio del análisis en profundidad de las plataformas no convencionales de gestión publicitaria empleadas para lograr el contacto entre las marcas y los consumidores.

Para este trabajo se empleó el enfoque cualitativo y se desarrolló una investigación enmarcada bajo los parámetros del estudio de caso, con diseño exploratorio, intrínseco, con unidad holística. Su autenticidad encuentra sus bases en la autoridad que brinda al investigador en ser parte activa del caso y los instrumentos utilizados para recoger las evidencias que permitan entender la problemática de estudio.

Las conclusiones de la investigación permitieron evidenciar que las ventajas obtenidas al usar el product placement son: evitar la saturación de los comerciales, evitar el zapping o cambios de canales aleatorios, y generar una mejora en la recordación de la marca y en la percepción que se tiene de ella.

PALABRAS CLAVE:

Emplazamiento de producto, integración de marca, publicidad.

TÍTULO DE LA TESIS:

Dirección de Relaciones Públicas y calidad de las relaciones en una organización religiosa de Lima Metropolitana, año 2018.

FICHA TÉCNICA:

Tesista: Zúñiga Cervantes, Sara Liliana.

Grado y especialidad: Maestra en Relaciones Públicas.

Fecha de sustentación: 25 de octubre del 2018.

Tribunal: Miguel Valdez Orriaga (presidente), Miguel Salomón Torres (secretario) y Farah Carhuamaca Castro (vocal).

RESUMEN:

Esta investigación trata sobre la conexión que existe entre la Dirección de Relaciones Públicas y la calidad de las relaciones en una organización religiosa en Lima Metropolitana. Como toda organización, esta también requiere de la aplicación y evaluación de las acciones relacionales y comunicacionales. Se utilizó el método inductivo-deductivo con diseño no experimental. Se observó que, aun tratándose de una organización que se sostiene gracias al trabajo voluntario de sus miembros, la gestión excelente de Relaciones Públicas conlleva a relaciones de calidad en el tiempo.

PALABRAS CLAVE:

Relaciones públicas, calidad de las relaciones, investigación evaluativa, control mutuo, confianza, compromiso, satisfacción.

TÍTULO DE LA TESIS:

Relación entre la investigación periodística y el juicio moral de las comunidades nativas de la región Loreto en el proceso de consulta previa para la explotación del lote petrolero 192, año 2015.

FICHA TÉCNICA:

Tesista: Castro Pereyra, Raúl Ernesto.

Grado y especialidad: Maestro en Periodismo y Comunicación Multimedia.

Fecha de sustentación: 16 de noviembre del 2018.

Tribunal: Miguel Valdez Orriaga (presidente), Daniel Jacobo Morales (secretario) y Miriam Carreño Colchado (vocal).

RESUMEN:

El presente estudio tiene como objetivo conocer de qué manera la investigación periodística se relaciona con el juicio moral de las comunidades nativas de la región Loreto, durante el proceso de consulta previa para la explotación del lote petrolero 192, año 2015. Se trata de una investigación no experimental, descriptivo-correlacional que utilizó una primera muestra de 25 unidades de análisis, periodistas del diario La Región, Provincia de Iquitos, Departamento de Loreto y una segunda muestra de 40 unidades de análisis, pobladores de las comunidades nativas de las cuatro cuencas del departamento de Loreto, de cuatro grupos étnicos (Kichwa, Quechua, Achuar y Urarina).

PALABRAS CLAVE:

Investigación periodística, triangulación, juicio moral, razonamiento, crítica, dictamen.

TÍTULO DE LA TESIS:

“Prensa gratuita en el Perú y su impacto en la formación de nuevos lectores de medios impresos en jóvenes residentes de Lima de entre 15 a 25 años. Estudio de caso: Publimetro (agosto de 2017 - enero de 2018)”.

FICHA TÉCNICA:

Tesista: Robles Olivos, Rafael Alexis.

Grado y especialidad: Maestro en Periodismo y Comunicación Multimedia.

Fecha de sustentación: 29 de octubre del 2018.

Tribunal: Miguel Valdez Orriaga (presidente), José Santillán Arruz (secretario) y Yulvitz Quiroz Pacheco (vocal).

RESUMEN:

Se analiza el tratamiento periodístico que ofrece Publimetro, como modelo de prensa gratuita en el Perú, revelándose la influencia de este periódico en los jóvenes lectores de Lima. A través de un marco teórico que incluye géneros periodísticos, estilos de redacción y teorías de influencia en el lector, se examina el contenido de Publimetro, evidenciándose un tratamiento periodístico ágil, dinámico, con una redacción clara y de corte predominantemente informativo-objetivo; así como una efectiva distribución de ejemplares. Fórmula que, a su vez, promueve en los jóvenes lectores un mayor acercamiento a la información, así como el interés por la realidad noticiosa en el país.

PALABRAS CLAVE:

Prensa gratuita, periódico, periodismo, influencia, medios de comunicación.