Montiel, María y Urdaneta, Virginia. Diseño de una Campaña Publicitaria para el posicionamiento de la Unidad Clínica Especializada y de Rehabilitación (Unicer), en el municipio San Francisco, estado Zulia. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social. Mención: Publicidad y Relaciones Públicas

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general Diseñar una Campaña Publicitaria para el Posicionamiento de la Unidad Clínica Especializada y de Rehabilitación (Unicer) en el municipio San Francisco del estado Zulia. Para el desarrollo del estudio se consultaron teorías de Fisher y Espejo (2011), Monferrer (2013), Ferrer y Hartline (2012), Serra (2010), Uceda (2008), Fanjul (2010), Quintero (2019), Piriz (2009). El tipo de investigación fue proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental transeccional-descriptivo. La población estuvo conformada por (a) Gerente de la empresa, la cual fue finita, accesible y se aplicó un censo poblacional (b) público objetivo constituido por los habitantes del municipio San Francisco del estado Zulia, fue infinita y no accesible, se extrajo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. La técnica de recolección de datos fue la observación por encuesta mediante una entrevista de veintinueve (29) ítems abiertos, dirigida al Gerente y un cuestionario de doce (12) preguntas cerrada para el público externo. Los instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Se aplicó el método de confiabilidad, obteniendo un alto nivel de confiabilidad con el 0,89. Los resultados se analizaron cualitativa y cuantitativamente, Detectando la falta de posicionamiento que posee la empresa en el municipio San Francisco. La campaña fue dirigida a individuos entre dieciocho (18) y sesenta (60) años, en su mayoría residentes de la zona norte de San Francisco. Finalmente, se presentó como propuesta una campaña publicitaria trabajando mediante la planificación de medios haciendo uso de distintos medios tradicionales y convencionales, la estrategia creativa y la estrategia de posicionamiento haciendo así que la empresa ocupe un lugar en la mente de los consumidores.

.

Palabras Clave: Campaña Publicitaria, Posicionamiento, Estrategia de Medios, Estrategia Creativa.