Brice Alejandrina; Solano Noely. "Diseño de una Campaña Publicitaria para el Posicionamiento de La Dinastía Atelier De Belleza en el municipio Maracaibo del estado Zulia" Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social. Mención: Publicidad y Relaciones Públicas. Maracaibo, 2024.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una Campaña publicitaria para La Dinastía Atelier De Belleza en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Los enfoques teóricos utilizados fueron de los autores Stanton, Fischer y Espejo (2011), Monferrer (2013), Armstrong y Kotler (2017), Ferrell y Hartline (2012) y Leal y Quero (2011. El tipo de investigación se tipificó como un proyecto Factible, Descriptivo, de Campo, con un diseño No Experimental y Descriptivo Transeccional. La población estuvo conformada por el gerente general de la empresa, la cual fue finita y accesible y se aplicó un censo poblacional y el público objetivo constituido por los habitantes del municipio Maracaibo del estado Zulia la cual fue infinita y no accesible, del cual se extrajo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. La técnica de recolección de datos utilizada fue la observación por encuesta mediante una entrevista compuesta por treinta (30) preguntas abiertas dirigida al gerente general y un cuestionario compuesto por catorce (14) preguntas cerradas, de selección múltiple para el público objetivo. 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 para el instrumento del público objetivo, obteniendo así un alto nivel de confiabilidad de 0,82. Los resultados obtenidos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa, se observó que la empresa tiene como mayor debilidad el reconocimiento de los clientes hacia la misma, al ser un establecimiento nuevo en el mercado, se veía opacada por otras empresas de belleza con mayor trayectoria. Finalmente se diseñó una campaña publicitaria, dirigida a personas de dieciocho (18) y más de cincuenta y un (51) años, realizada en medios tradicionales y digitales, con la finalidad de posicionar al salón de belleza en el mercado.

Palabras Claves: Campaña Publicitaria, Posicionamiento, Estrategia de Medios, Estrategia Creativa, Situación Actual.