Plaza, Sophi Morillo, Valentina. Diseño una de campaña publicitaria para el posicionamiento de Dress by Geleudiz 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, 2025.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo general Diseñar una campaña publicitaria para el posicionamiento de DRESS BY GELEUDIZ en el municipio Maracaibo del Estado Zulia. Para el desarrollo de este estudio se consultó la teoría de Stanton, Etzel y Walker (2006), Kotler y Armstrong (2013), Fischer y Espejo (2011) Monferrer (2013), la investigación fue un proyecto factible descriptivo, de campo, calificándose el diseño como no experimental transeccional. La población estuvo conformada por la gerente general de la empresa, al igual que ciento cincuenta y seis sujetos (156) clientes de la empresa, los cuáles son habitantes del municipio Maracaibo del estado Zulia. La técnica de recolección de datos implementada fue la observación por encuesta mediante una entrevista de treinta un (31) preguntas abiertas dirigida la gerente de DRESS y un cuestionario preguntas dieciséis (16) cerradas de selección múltiple dirigidas al 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. La confiabilidad se determinó a través del coeficiente de estabilidad el cual se ubicó en un nivel alto de 0,71 los instrumentos fueron analizados cualitativa y cuantitativamente, se demostrando que el mercado meta de la campaña publicitaria son mujeres, de 21 a 34 años de edad que residen en la zona norte del municipio Maracaibo del Estado Zulia con un ingreso de14.500 o superior la estrategia creativa comunicó un tono emocional y un estilo demostrativo la campaña tuvo como concepto creativo “Cada vestido, una historia; cada ocasión un recuerdo.” Se usaron medios como redes sociales y vallas publicitarias con finalidad de posicionar a la empresa. Para elaborar se utilizó el tipo de presupuesto de objetivos y tareas a realizar, finalmente la campaña fue medio antes y después de su lanzamiento a través del Pretest y Postest

Palabras clave: Posicionamiento, Campaña Publicitaria, Medios, Publicidad, Evaluación y control