Atencio, Irianna Fuenmayor, Naomi. "Diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la empresa de publicidad exterior Print master, C.A. 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 como objetivo general diseñar de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la empresa de publicidad exterior Print master, C.A. en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Los enfoques teóricos utilizados fueron de los autores Fischer y Espejo (2011) Stanton, Etzel y Walker (2007), Kotler y Armstrong (2012) Monferrer (2013), Ferrell y Hartline (2012), El tipo de investigación se clasificó como un proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental, transversal descriptivo. La población estuvo compuesta por el gerente y el público objetivo, contabilizada por los habitantes del municipio, del que se obtuvo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. La técnica de recolección de datos se basó en la observación por encuesta mediante una entrevista compuesta por veintinueve (29) preguntas abiertas dirigidas a la gerente y un cuestionario de compuesto por catorce (14) preguntas cerradas, hacia el público objetivo. Los instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación. Se aplicó el método de confiabilidad para el instrumento del público objetivo, obteniendo un alto nivel, establecido con 0,73. Los datos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa. Se determinaron en los resultados que la empresa no estaba posicionada en el mercado, debido a su poca presencia en la ciudad y el hecho de nunca haber implementado estrategias de posicionamiento, De manera qué, se diseñó una campaña publicitaria de posicionamiento, La misma tiene como concepto creativo "donde tus ideas cobran vida" estando dirigida a individuos entre dieciocho (18) a sesenta (60) años con una personalidad extrovertidas y emprendedoras, realizada en de medios tradicionales y digitales con presupuesto de cuatro mil quinientos dólares (4550$), obteniendo como resultado final destacar los atributos de la empresa de publicidad exterior y que el público perciba que el servicio satisface sus necesidades.

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