



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN

La relación en el jingle del spot publicitario Yopi mix y la recordación del
mensaje en los padres 20 - 35 Años, Colegio “San Lucas”, Callao.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Comunicación

AUTORA

Medina Carrión, Lucero Rosalía Astrid

ASESOR

Mr. Cesar Augusto Smith Corrales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA - PERU

Año 2016 - I

Página del jurado

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria: A Dios que sin él no hubiese realizado un gran paso en mi vida profesional.

El soporte de mi vida mi madre y mi abuela (mama). A Javier grande que desde el inicio de mi carrera siempre me ha apoyado incondicionalmente en momentos difíciles.

Agradecimiento: Mi gratitud está dirigida a cada una de las personas que me apoyaron desde el inicio. A mis asesores que sin su guía no hubiese realizado este gran logro. A mi familia que siempre me Brindan su apoyo y fuerzas en especial a mi abuelo Lino; Finalmente a las personas que me enviaron toda sus energías y vibras positivas.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo **Lucero Rosalía Astrid Medina Carrión** con DNI N° **73537632**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y título de la universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 de Julio del 2016

Lucero Rosalía Astrid Medina Carrión

PRESENTACION

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento de reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo presento ante usted la tesis titulada "La relación en el Jingle del spot publicitario Yopi mix y la recordación del mensaje en los padres 20 - 35 Años, Colegio "San Lucas", Callao", La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Lucero Medina Carrión

ÍNDICE

Paginas preliminares.....	I
Página del jurado.....	I
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Declaración de autenticidad.....	IV
Presentación.....	V
Índice.....	VI
Resumen.....	VIII
Abstract.....	IX
I. INTRODUCCION	1
Realidad Problemática.....	1
Trabajos previos.....	3
Teorías relacionadas al tema.....	6
Marco conceptual.....	9
1.1 Formulación del problema.....	32
1.2 Justificación del estudio.....	33
1.3. Hipótesis.....	34
1.4 Objetivo.....	35
II. METODO.....	36
Diseño de investigacion.....	36
Variables, operacionalización.....	37

Población y muestra.....	38
Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	42
Métodos y análisis de datos.....	42
Aspecto éticos.....	43
III. Resultados.....	43
IV. Discusión.....	62
V. Conclusión.....	63
VI. Recomendaciones.....	64
VII. Referencias bibliográficas.....	65
VIII. Anexos.....	
Instrumentos.....	7
Validación de los instrumentos.....	8
Matriz de consistencia.....	10

RESUMEN

El siguiente trabajo se presenta un análisis que tiene como título: La relación en el jingle del spot publicitario Yopi mix y la recordación del mensaje en los padres 20 - 35 Años, Colegio "San Lucas", Callao.

Para el cual se ha planteado un modelo cuantitativo basado por diversas fuentes como libros, artículos, revistas y libros virtuales; encuestas realizadas a una población de 300 padres de familias. Además especialistas de publicidad que describe cómo utilizar la función del jingle como una herramienta.

En la primera parte se desglosa la realidad problemática, los antecedentes, la teoría el problema justificación del estudio hipótesis y el objetivo. Por lo que se busca encontrar la eficacia que existe el jingle como recurso del spot publicitario en la recordación del mensaje. Cuyos conceptos de las variables detallan a profundidad.

El tipo de investigación es básico, nivel correlacional, diseño no experimental y transversal, método deductivo.

Finalmente señalo cuales son las conclusiones más destacados y afirmado según los datos estadísticos obtenidos en el proceso de la investigación.

Palabra clave: Jingle, publicidad, composición sonora, recordación del mensaje, imágenes, texto, mensaje, recursos musicales.

ABSTRACT

The ratio in the spot advertising jingle Yopi mix and message recall the parents 20-35 Years, College "San Lucas" Callao: The following paper presents an analysis whose title is presented.

For which it has raised a quantitative model based on various sources such as books, articles, magazines and e-books; surveys of a population of 300 parents of families. Besides advertising specialists that describes how to use the jingle as a tool.

In the first part the problematic reality, history, theory breaks down the problem justification and objective study hypothesis. As researchers seek effective there as a resource jingle advertising spot in the message recall. Whose concepts of variables detailed depth.

The research is basic level correlational, not experimental and cross-sectional design, deductive method.

Finally I point out what are the most important conclusions and affirmed according to statistical data obtained in the research process.

Keyword: Jingle, advertising, sound composition, message recall, images, text, message, musical resources.

I. INTRODUCCIÓN