FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

IMPACTO DE LAS PIEZAS PROMOCIONALES CON MENSAJE POSITIVO EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE CHICLAYO

AUTOR

Bach. Vega Latorre THALIA ALEXANDRA

Pimentel, Enero del 2015

RESUMEN

La presente tesis tiene como propósito diseñar piezas promocionales con mensaje positivo logrando así impactar al público que estudia en la Universidad Señor de Sipán a comparación de las piezas encontradas en la Boutique, considerándolas básicas y demasiado frías, institucionales, aprovechar la utilización de las piezas promocionales para enganchar a su público joven y atraerlo recargándolo de mensajes positivos. Queriendo responder a la pregunta ¿Cómo impactan las piezas promocionales diseñadas con mensaje positivo en los estudiantes universitarios de Chiclayo? Cuáles son sus impresiones y determinar su preferencia y nivel de interés, el diseño utilizado en la investigación fue: Investigación – acción. Para la obtención de los primeros resultados se recurrió a la utilización de un formulario tipo encuesta para verificar el problema encontrado estuvo conformada por 150 estudiantes de ambos sexos, de la Universidad Señor de Sipán, obtenidos a través del muestreo no probabilístico por conveniencia. En la presentación de las piezas impresas, en uno de los edificios de la Universidad se logró conectar a los alumnos y hasta personal administrativo que se encontraba por el lugar, logrando escuchar la ansiada pregunta ¿Dónde los venden? y ¿Cuánto cuesta? Siendo considerada como preguntas que las personas hacen después de un impacto causado y dicha presentación fue captada por medio de registro fotográfico.

Se llegó a la conclusión que presentando esta línea “Herramientas de un Guerrero “en la Boutique sería de atracción para el público Universitario y se debe considerar un precio más accesible, para el público para que este no recurra a un centro distinto de compra.

ABSTRAC

This thesis aims to design promotional pieces with achieving impact positive message to the public that studies on the Universidad Señor de Sipán to compare the pieces found in the Boutique, basic and too cold, institutional considering, make use of promotional pieces to engage their young audience and attract positive messages recharging. Wanting to answer the question what impact promotional pieces designed with a positive message on college students Chiclayo? What are your impressions and determine your preference and interest level, the design used in the fu Research: Research - action. To obtain the first results resorted to the use of a standard form survey to verify the problem encountered consisted of 150 students of both sexes, the Lord of Sipan University, obtained through non-probability convenience sampling. In the presentation of printed pieces in one of the buildings of the University was able to connect students and even administrative staff members who were in the place, achieving longed to hear the question Where do they sell? and How much does it cost? Being considered as questions that people make a later date after impact caused this presentation fue captada through photographic record.

It is concluded that introducing this line "herrramientas of a Warrior" on Boutique would Attraction for University public and should be considered a price more accessible to the public so it will not resort to a location other than purchase.