



FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**“NIVEL DE INFORMACIÓN ADQUIRIDO POR ESTUDIANTES DE LA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN, A TRAVES DE LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES
ACADÉMICAS EN FACEBOOK, 2013”.**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADAS EN

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORAS:

Bach. Castañeda Silva, Elizabeth Cecilia,

Bach. Pizarro Castañeda, Vanessa Katherine

ASESORA:

Mg. Patricia Del Rocio Chávarry Ysla

Pimentel, diciembre del 2013

RESUMEN

La presente investigación exploratorio – descriptiva, buscó indagar la realidad para proporcionar conocimiento y entendimiento, sobre el nivel de información adquirido por estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, a través de la difusión de actividades académicas en Facebook. Así mismo se buscó revelar el entorno del uso actual de los alumnos hacia esta red social y contrastar la siguiente hipótesis: Existe un nivel de información adquirido significativamente por los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán, a través de la difusión de actividades académicas en Facebook.

Al inicio de la investigación se realizó una primera encuesta simple a los estudiantes de IX y X para aproximarnos a la realidad problemática. A partir de ese diagnóstico partimos, a la construcción de la muestra y el instrumento de recojo de información relacionado a nuestro cuadro de operacionalización.

La población a estudiar fueron los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la cual se extrajo una muestra de 167 estudiantes. Las técnicas de recolección de datos fueron la ficha de fichaje, las citas textuales, ficha resumen y ficha comentario, el instrumento empleado fue una encuesta de diez preguntas, la cual fue sometida a la validación de expertos. Como resultado, podemos concluir que el nivel de información adquirido por ellos, a través de la difusión de actividades académicas en Facebook no es significativo, debido a la poca participación e interacción dentro de la red social.