



**Escuela Académico Profesional de Ciencias de la
Comunicación**

TESIS

**INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD
TELEVISIVA DE LA BEBIDA GASEOSA
COCA COLA Y SU RELACIÓN CON EL
COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS
ALUMNOS DE QUINTO GRADO DE
SECUNDARIA DE LA CIUDAD DE CHICLAYO
EN EL AÑO 2015**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Autores

Bach. SAMAMÉ SOTO MAYBELIN ROSA

Bach. SOPLAPUCO GAMARRA MIGUEL ÁNGEL

Pimentel, 9 de Julio del 2015

RESUMEN

En el presente estudio “Influencia de la publicidad televisiva de la bebida gaseosa coca cola y su relación con el comportamiento de compra de los alumnos del quinto grado de secundaria de la Ciudad de Chiclayo en el año 2015”, se empleó el diseño de investigación no experimental-correlacional, donde se tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la publicidad y su relación con el comportamiento de compra, utilizando una encuesta de 19 preguntas estructuradas en escalas de medición dicotómicas y escala de calificación de Likert. En la investigación se concluye que existe relación de influencia significativa con el comportamiento de compra de los alumnos de quinto grado de los colegios secundarios de la ciudad de Chiclayo en el año 2015.