



<b>MACROPROCESO:</b> Gestión de Servicios Académicos	<b>FORMATO</b>	<b>Código:</b> GS-SB-RG-006-VI
<b>PROCESO:</b> Gestión de Recursos Bibliográficos	<b>DESCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS EN EL REPOSITORIO</b>	<b>Vigente desde:</b> 13/10/2015

(TRABAJOS DE GRADO, ARTÍCULO, VIDEO, CONFERENCIA, LIBRO, IMAGEN, FOTOGRAFÍA, AUDIO, PRESENTACIÓN U OTROS)

<b>CIUDAD</b>	<b>FECHA</b>	<b>NÚMERO DE PÁGINAS</b>	
Bogotá	05 diciembre de 2016	10	
<b>AUTOR O AUTORES</b>			
<b>Apellidos Completos</b>	<b>Nombres Completos</b>	<b>Firma</b>	
Martínez Tobar	Andrés Enrique		
<b>TÍTULO COMPLETO</b>			
Product Placement en el Cine Colombiano entre los años 2010 y 2016 : Efectividad y valor percibido aplicado a la comunicación de marcas comerciales.			
<b>SUBTÍTULO, SI LO TIENE</b>			
<b>DIRECTOR (ES) DEL TRABAJO DE GRADO (SI APLICA)</b>			
<b>Apellidos Completos</b>	<b>Nombres Completos</b>	<b>Firma</b>	
<b>FACULTAD</b>			
Facultad de Mercadeo, Comunicación y Artes			
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>			
Tipo de programa ( seleccione con "x" )			
<b>Pregrado</b>	<b>Especialización</b>	<b>Maestría</b>	<b>Otro ¿Cuál?</b>
		X	
<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN ( seleccione con "x" ) (SI APLICA)</b>			
<b>Aplicada</b>	<b>Formativa (Trabajo de grado o proyecto de investigación formativa)</b>	<b>Otro ¿Cuál?</b>	
X			
<b>Nombre del programa académico</b>			
Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo			
<b>Nombres y apellidos del director del departamento académico o del coordinador de investigación de la facultad</b>			
<b>TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE (SI APLICA)</b>			
<b>MATERIAL ACOMPAÑANTE</b>			
<b>SI</b>		<b>CUAL?:</b>	



<b>MACROPROCESO:</b> Gestión de Servicios Académicos	<b>FORMATO</b>	<b>Código:</b> GS-SB-RG-006-VI
<b>PROCESO:</b> Gestión de Recursos Bibliográficos	<b>DESCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS EN EL REPOSITORIO</b>	<b>Vigente desde:</b> 13/10/2015

<b>NO</b>						
<b>DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVE</b>						
Son los términos que definen los temas que identifican el contenido.						
<b>Colocación de Marca</b>	<b>Percepción de Marca</b>					
<b>Cine Colombiano</b>	<b>Valor</b>					
<b>Visibilidad</b>						
<b>RESUMEN DEL CONTENIDO</b>						
(Máximo 250 palabras - 1530 caracteres)						
<p>El uso y colocación de marcas comerciales como herramienta publicitaria y estratégica de mercadeo en los medios audiovisuales ha tenido un crecimiento progresivo en los últimos años, y se ha vuelto más atractivo para el sector publicitario dado a los bajos costos en los que se maneja el product placement y como llama la atención del consumidor, debido principalmente a su capacidad de ser menos invasiva al transmitir la información, (McAllister &amp; Giglio, 2005) a lo que se le conoce como mensaje híbrido (Balasubramanian, 1994) además de esto, el emplazamiento de marca se ha convertido en una estrategia para financiar los costos de una producción cinematográfica, (Cha, 2016) se pretende estudiar la efectividad y el valor percibido del product placement aplicado al ámbito del cine colombiano con el fin de aportar información que optimice las decisiones de la contratación, la exploración y el uso de esta práctica en la comunicación en mercadeo, para esto, se aplicará un experimento de eficacia a una muestra de 400 espectadores de cine colombiano que verán 30 escenas diferentes de películas que contengan el product placement en ellas, segmentado a 3 géneros cinematográficos más taquilleros: la comedia, el drama, y el terror (publicación MinCultura impacto económico en el sector cinematográfico, 2009) buscando indicar con este, el valor percibido, el reconocimiento de la marca y las conductas de consumo aportando evidencia al uso adecuado de esta práctica.</p>						
	<b>SI</b>	<b>NO</b>				
<b>3. ¿Este documento forma parte de algún proyecto de investigación financiado?</b>		<b>x</b>				
En caso afirmativo, por favor conteste el numeral 4 en caso contrario el numeral 5						
<b>4. ¿Se contempla alguna disposición en materia de propiedad intelectual?</b>		<b>x</b>				
Cual? _____						
<b>5. Con ocasión del trabajo, ¿firmó usted algún acuerdo de confidencialidad?</b>						
Si tiene acuerdos de confidencialidad, por favor diligencie el siguiente cuadro y debe adjuntar una carta de confidencialidad en caso de requerir la restricción de la consulta del contenido.						
	<b>DESDE</b>			<b>HASTA</b>		
<b>PERSONA NATURAL O JURÍDICA</b>	<b>DÍA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>DÍA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>



<b>MACROPROCESO:</b> Gestión de Servicios Académicos	<b>FORMATO</b>	<b>Código:</b> GS-SB-RG-006-VI
<b>PROCESO:</b> Gestión de Recursos Bibliográficos	<b>DESCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS EN EL REPOSITORIO</b>	<b>Vigente desde:</b> 13/10/2015

**FIRMAS:**

<b>AUTORES</b>		<b>JURADOS ( SI APLICA)</b>	
<b>NOMBRES COMPLETO</b>	<b>FIRMA</b>	<b>NOMBRES COMPLETO</b>	<b>FIRMA</b>
Andrés Enrique Martínez Tobar			
<b>DIRECTORES DE TESIS ( SI APLICA)</b>		<b>ASESOR DE TESIS ( SI APLICA)</b>	
<b>NOMBRES COMPLETO</b>	<b>FIRMA</b>	<b>NOMBRES COMPLETO</b>	<b>FIRMA</b>
		Leonardo Ortegón	
		Javier Sánchez Castañeda	