

**PROYECTOS DE TRABAJO DE GRADO  
JULIO 2016 - Mención: COMUNICACIONES PUBLICITARIAS**

<b>Código</b>	<b>PROYECTO</b>	<b>NOMBRE, APELLIDO</b>	<b>TUTOR</b>	<b>E-MAIL TUTOR</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>CP-01</b>	ANALISIS DEL DISCURSO DE BARAK OBAMA ANUNCIANDO LA MUERTE DE OSAMA BIN LADEN	ANA BELEN, SALAS JORDAN			<b>ART</b>
<b>CP-02</b>	ESTUDIO DE MERCADO PARA EL LANZAMIENTO DE LA APLICACIÓN ESCOLAR	ANDREA AVILÉS	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>AR</b>
		PATRICIA VILLEGAS			
<b>CP-03</b>	ESTUDIO DEL POSICIONAMIENTO DE MARCAS DE INSTRUMENTOS ENTRE MUSICOS PROFESIONALES	GERARDO ESTABA	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>AR</b>
<b>CP-04</b>	ANALISIS DE CAMPAÑA BIMBO DIET	DANIELA YAROSSI	Gustavo Marquez	profe.marquez.villa@gmail.com	<b>AR</b>
		PAOLA PAPARELLI			
<b>CP-05</b>	ANALISIS DEL POSICIONAMIENTO DE LA TIENDA VENEZOLANA BECO. CASO: ROPA DE MUJER	MAIBELYN PLANCHEZ	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>R</b>
<b>CP-06</b>	ANALIZAR EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE LA CLINICA UNITRAUMA C.A	PAOLA CRISTINA PINTO CAPOTE			<b>R</b>
		MARYORIS ROCHA			
<b>CP-07</b>	APLICACIÓN DE LA SIMPLICIDAD DE MAEDA A LA COLECCIÓN "LOS TROTAMUNDOS" DE NERI OXMAN	VICTORIA TORMO			<b>ART</b>
<b>CP-08</b>	ANALISIS ESTRATEGICO DEL LANZAMIENTO DE LA LINEA: "FASHIONISTA", DE BARBIE, EN REDES Y MEDIOS SOCIALES	IVANA DA PAIXAO	Maria Carolina Urbina	mariacurbina@gmail.com	<b>A</b>
<b>CP-09</b>	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES PARA LA FUNDACION SIN FINES DE LUCRO: "VISTETE DE SUEÑOS"	SAMANTHA ARVELO			<b>ART Y AR</b>
		VALERIA LA FATA			

<b>CP-10</b>	ANÁLISIS DE UNA TENDENCIA POLÍTICA VENEZOLANA, CASO: LOVEMARK. PRESIDENTE CHAVEZ	KARLA OTERO			<b>R</b>
<b>CP-11</b>	ANALIZAR LA ACEPTACIÓN QUE TIENE SANIPOOL EN EL ÁREA METROPOLITANA DE CARACAS	SAMANTHA ACOSTA	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>AR</b>
		MATHIAS WEIL			
<b>CP-12</b>	EXPECTATIVAS VS REALIDAD: ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LOS SERVICIOS DE EL KIOSKO DE LA FERIA 5050 C.A. Y EL TURPIAL	MARÍA DANIELA CORONADO	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>R</b>
		MELANY MEJÍAS			
<b>CP-13</b>	SIMBOLGÍA PRESENTE EN LA CAMPAÑA DOVE , A TRAVÉS DE BARTHES, CASO: LA BELLEZ REAL	DANIELA LÓPEZ	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>A</b>
		GWENDOLYNE PESTANA			
<b>CP-14</b>	ESTUDIO DEL MERCADO SOBRE EL POSICIONAMIENTO DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM EN LOS JOVENES UNIVERSITARIOS DE CARACAS VENEZUELA	ANDREA GUEDEZ	Maria Carolina Urbina	mariacurbina@gmail.com	<b>AR</b>
		ALEJANDRA CARMONA			
<b>CP-15</b>	ESTUDIO DE MERCADO: POSICIONAMIENTO DE MARCA TOUS VENEZUELA	ORIANA MORGADO			<b>R</b>
<b>CP-16</b>	RELACIÓN ENTRE LA MÚSICA Y LA PUBLICIDAD EMITIDA EN LAS RADIOS CARAQUEÑAS	JORGE FAGUNDEZ			<b>ART</b>
<b>CP-17</b>	AUGE DE LOS PORTALES DE NOTICIA Y LA EFICACIA DE LA PUBLICIDAD. CASO: CARAOTA DIGITAL	ALEXANDRA RIVAS			<b>R</b>
		CONSTANCIA TERAN			
<b>CP-18</b>	DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MARKETING PARA LA MARCA DE CHOCOLATES KIRIKIRE	MICHELLE LABRIN			<b>R</b>
		MARIANA PADRA			
<b>CP-19</b>	ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS PARA LA COMPAÑÍA INNOVUS, C.A.	PAOLA RODRÍGUEZ	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>AR</b>
		GENESYS GARCÍA			
<b>CP-20</b>	ANALIZAR LA INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD CON ANIMALES EN EL RECUERDO PUBLICITARIO	FABIOLA FIFFE	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>AR</b>
<b>CP-21</b>	ANÁLISIS DE LA CRISIS DE ESCASEZ DEL PAPEL EN TRES PERIÓDICOS VENEZOLANOS ENTRE 2013-2016	BÁRBARA MISURACA	Andrés Cañizalez	andres.canizalez@gmail.com	<b>A</b>
		SARA ARANCIBIA			
<b>CP-22</b>	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS COMUNICACIONES DEL PAPA BENEDICTO XVI Y DEL PAPA FRANCISCO	ANA GABRIELA MIRABENT			<b>ART</b>

<b>CP-23</b>	DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS PARA EL SERVICIO ECODELIVERY	FABIANA HERRERA	Gustavo Marquez	profe.marquez.villa@gmail.com	<b>R</b>
		GERIMAR SILVA			
<b>CP-24</b>	INFLUENCIA DEL VOCABULARIO Y LA GESTUALIDAD EMPLEADA POR CARLOS "KABETO" LORENZO EN SUS REDES SOCIALES	MARIANA IZQUIERDO			<b>R</b>
		MADELEIN BARROS			
<b>CP-25</b>	LA INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS DE EXPERIENCIAS EN LA AFINIDAD DE LOS CLIENTES	ALESSANDRA PAPARONI			<b>AR</b>
		FRANCESCA ZUMBO			
<b>CP-26</b>	ACEPTACIÓN DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA COMO HERRAMIENTA PUBLICITARIA EN VENEZUELA	MARÍA CORINA BRAVO	Boris Saavedra	boris.saavedra@gmail.com	<b>AR</b>
		CRISTINA CASTRO			
<b>CP-27</b>	EVOLUCIÓN DEL MERCADO BTL DE 3 MARCAS DE PRENDAS DE VESTIR VENEZONALAS	VERÓNICA VIELMA			<b>R</b>
<b>CP-28</b>	AUDITORÍA DE LAS COMUNICACIONES CORPORATIVAS PARA LA EMPRESA DE CONTADORES CONTALFA	ROXYE LISCANO	Mary Carmen Herrera	mherrero@contalfa.com	<b>AR</b>
		VICTORIA ROMÁN			
<b>CP-29</b>	ANÁLISIS SIMBÓLICO DE LA SERIE CORAJE EL PERRO COBARDE	MARIÁNGEL DÍAZ	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>A</b>
<b>CP-30</b>	ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA "COMPARTE UNA COCA-COLA CON"	JONAIKYS ROJAS	Elsi Araujo	elaraujo@ucab.edu.ve	<b>A</b>
		ANNA DAYEKH			
<b>CP-31</b>	CÓMO ESTÁ REPRESENTADO SIMBÓLICAMENTE EL TERROR Y SUSPENSO EN LA SAGA DE VIDEOJUEGS FIVE NIGHTS AT FREDDY'S SEGÚN LA TEORÍA DE ROLAND BARTHES	ANDREA CHITTY			<b>ART Y AR</b>
<b>CP-32</b>	ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DEL VENEZOLANO SOBRE EL "BIEN" Y EL "MAL" EN SUS ACCIONES COTIDIANAS	MARÍA JOSÉ BERNAL	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>A</b>
		ARIANA ROTUNO			
<b>CP-33</b>	ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA CAMPAÑA "HÉROES ANÓNIMOS" DE BANESCO CON BASE AL MODELO DE ROLAND BARTHES	LUISA AGREDA			<b>ART</b>
		ANDREA GINTILI			
<b>CP-34</b>	ESTUDIO DE LA INCLUSIÓN DE LA PLATAFORMA DIGITAL EN LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD	ANDRÉS FALSONE	María Carolina Urbina	mariacurbina@gmail.com	<b>A</b>
		NATHALY GRIECO			
<b>CP-35</b>	ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA SERIE GAME OF THRONES BASADO EN LA TEORÍA CHANDLER	MAURO BRASCETTA			<b>ART</b>

<b>CP-36</b>	PERCEPCIÓN QUE TIENEN LAS MUJERES CARAQUEÑAS CON RESPECTO A COMPRAR MOTOS PARA USO PERSONAL	SALOMÉ GUTIERREZ	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>A</b>
<b>CP-37</b>	DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA EL RESTAURANTE ARTESANO VEGGIE AND GOURMET	MARÍA GABRIELA DÍAZ			<b>R</b>
		ANA GABRIELA MONTECALVO			
<b>CP-38</b>	DETERMINAR EL POSICIONAMIENTO DE DORITOS RULETA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	TAHIRY GONZÁLEZ			<b>R</b>
		FABIOLA SAMPOL			
<b>CP-39</b>	ANÁLISIS DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS. CASO: OLLÉ NÉ À PARIS EN VENEZUELA	DANIELA VEGAS	Elsi Araujo	elaraujo@ucab.edu.ve	<b>AR</b>
		DANIEL RANGEL			
<b>CP-40</b>	COMPARAR EL USO DE PRODUCT PLACEMENT EN LARGOMETRAJES DE MARVEL VS DC COMICS	ESTEFHANÍA HENÁNDEZ			<b>AR Y ART</b>
		GUILLERMO OCHOA			
<b>CP-41</b>	PERCEPCIÓN SOBRE LA EFECTIVIDAD DE PUBLICIDADES VÍA INFLUENCIADORES EN REDES SOCIALES VS EN MEDIOS TRADICIONALES	ANDREA ROLO			<b>AR Y ART</b>
		ANA MARGARITA ÁLVAREZ			
<b>CP-42</b>	ANÁLISIS SEMIÓTICO DE CAMPAÑA APPLE SEGÚN LEY DE SIMPLICIDAD DE MAEDA	BÁRBARA MÁRTINEZ			<b>ART</b>
		LOREDANA PANTALEO			
<b>CP-43</b>	AUDITORÍA COMUNICACIONAL PARA MONTECLARO COUNTRY CLUB	ISABEL GARCÍA			<b>AR Y ART</b>
		MARCO IBARRA			
<b>CP-44</b>	PEPSI COMO LOVEMARK ENTRE SUS CONSUMIDORES	DALESKA PEDRIQUEZ			<b>R</b>
<b>CP-45</b>	INVESTIGACIÓN DE MERCADO SOBRE EL POSICIONAMIENTO Y LA IDENTIDAD DE MARCA DE ÁVILA BURGUER	ELIMAR GARCÍA			<b>ART</b>
		JOSÉ HERNÁNDEZ			
<b>CP-46</b>	ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS PARA LA ASOCIACIÓN VENEZOLANA DE AMIGOS CON LINFOMA	DORESKY GONZÁLEZ			<b>AR Y ART</b>
		MARÁ VILLANUEVA			
<b>CP-47</b>	IMPACTO GENERADO EN LA ALIMENTACIÓN DE LOS CIUDADANOS QUE RESIDEN EN LA COMUNIDAD DE ANTÍMANO DEBIDO A LA CRISIS ALIMENTARIA ACTUAL	ELEANNETH GONZALEZ			<b>A</b>
		MARGLENYS PETIT			

<b>CP-48</b>	DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS PARA LA FUNDACIÓN DESS (DESARROLLO DE LA SEGURIDAD SOCIAL) EN VENEZUELA	DEHAYERLING DOMINGUEZ			<b>R</b>
		ANDREINA PIRELA			
<b>CP-49</b>	ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LAS MARCAS AL-QAEDA Y EL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS EN UNA SERIE TELEVISIVA (CASO: HOMELAND)	YOSELIN BUSACCA			<b>R</b>
<b>CP-50</b>	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES UTILIZADAS POR LAS MARCAS PAÍS COLOMBIA, PERÚ Y VENEZUELA	NATHALY BOSCH	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>A</b>
		STEPHANY AMARO			
<b>CP-51</b>	ANÁLISIS DE LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR ANTE LOS JINGLES DE COMERCIALES COMO RECORDATORIO PUBLICITARIO	KAYLIN CHACÍN			<b>ART</b>
<b>CP-52</b>	VIABILIDAD DE UN MODELO DE EMPRESA AL ESTILO BOOKSPOT DENTRO DEL MERCADO VENEZOLANO	ANA IRAZÁBAL			<b>ART</b>
		BÁRBARA RAMÍREZ			
<b>CP-53</b>	ANÁLISIS SIMBÓLICO DEL ÚLTIMO DISCURSO DEL EXPRESIDENTE HUGO CHÁVEZ CONCEDIÉNDOLE EL PODER A NICOLÁS MADURO	CESAR ARNETTA	Mariela Matos	mariela.matos.smith@gmail.com	<b>R</b>
		FERNANDA GUINEZ			
<b>CP-54</b>	EL EFECTO DE LA HUMANIZACIÓN EN EL RECUERDO Y RECONOCIMIENTO DE MARCAS GOLOSINAS	DANIELA RINCÓN	Jorge Ezenarro	jezenarro@yahoo.com	<b>AR</b>
		ERIKA STREDEL			
<b>CP-55</b>	ANÁLISIS DEL DESARROLLO DE LAS COMUNICACIONES INTEGRADAS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN UCABDROIDE	EVA LUCIANI	Gustavo Marquez	profe.marquez.villa@gmail.com	<b>AR</b>
		JESSICA PABÓN			
<b>CP-56</b>	ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE USO DE MEDIOS AUDIOVISUALES DIGITALES	YEDDA PABON			<b>AR</b>

<b>CP-57</b>	APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN DISEÑOS DE EMPAQUE. CASO: EMPAQUES TWIATOS DE LA EMPRESA PEPSICO	ALEXANDRA RIVERO	Rubén Carvajal	carvajalsantanaruben@gmail.com	<b>AR</b>
<b>CP-58</b>	PERCEPCIÓN DE LA CAMPAÑA DE CISNEROS MEDIA "SI TE APURAS QUE GANAS"	CRISTINA GODOY	Gustavo Marquez	profe.marquez.villa@gmail.com	<b>A</b>
		KATHERIN MARTINS			
<b>CP-59</b>	ESTUDIO DE MARCADO DE LA EMPRESA "THE NANNY" EN CARACAS	CINDY CORUJO			<b>ART</b>
		ALAI MARAÑÓN			
<b>CP-60</b>	ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES INTEGRADAS PARA UNA EMPRESA DEL SECTOR DE ALIMENTOS. CASO: KOA GARDEN	ALESSANDRA ILLARRAMENDI			<b>A Y ART</b>
		DANIELA PÉREZ			
<b>CP-61</b>	ANALIZAR LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RUPTURAS DE PAREJA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS	DANIUSKA VERACIERTA			

<b>A</b>	Aprobado
<b>ART</b>	Aprobado con reservar por falta y/o recaudos del tutor
<b>ART</b>	Aprobado con reservas por contenido
<b>R</b>	Rechazado