



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

“Análisis de las estrategias de marketing educativo para posicionar la I.E.P
Señor de la Vida 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE COMUNICACIÓN

AUTOR:

Vega Aranda Claudia Alicia

ASESOR:

Edward Aníbal García León

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

NUEVO CHIMBOTE – PERÚ

2017

PÁGINA DEL JURADO



MG. EDWARD ANÍBAL GARCÍA LEÓN

Presidente



MG. MARCELO LINARES CASTILLO

Secretario



MG. SHIRLEY ABANTO BUITRON

Vocal

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a Dios por permitirme llegar al final de este gran recorrido, mi carrera universitaria.

A mis padres, Moner y Silvia, por su apoyo y comprensión durante este tiempo prodigioso.

A mis hermanos, por brindarme alegrías y motivación para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar mi etapa universitaria con salud, fuerza y satisfacción.

A la vez, le doy gracias a mis padres porque sin ellos no podría haber llegado hasta donde estoy ahora. Agradezco su apoyo y valores inculcados.

A mis hermanos, por ser un ejemplo de desarrollo profesional y llenarme de alegrías.

A mis docentes y asesores, por su valioso tiempo apoyándome durante el desarrollo de esta investigación.

A mis amigos, quienes incondicionalmente estuvieron apoyándome en el transcurso de mi carrera e investigación.

Gracias por su solidaridad y amistad.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Claudia Alicia Vega Aranda, con DNI N° 70001186 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Nuevo Chimbote, de noviembre del 2017.



Claudia Alicia Vega Aranda

PRESENTACIÓN

Señores miembros de jurado, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada: “Análisis de las estrategias de marketing educativo para posicionar la I.E.P Señor de la Vida 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciada en Ciencias de la Comunicación.

La Autora

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN.....	viii
ASBTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad problemática.....	10
1.2. Trabajos previos	12
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	13
1.4. Formulación del problema	23
1.5. Justificación del estudio.....	23
1.6. Hipótesis.....	24
1.7. Objetivos.....	24
II. MÉTODO	24
2.1. Diseño de Investigación	24
2.2. Variables, Operacionalización.....	25
2.3. Población y Muestra	27
2.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
2.2. Método de análisis de datos	28
2.3. Aspectos éticos	29
III. RESULTADOS	30
3.4. Triangulación.....	42
IV. DISCUSIÓN.....	45
V. CONCLUSIONES.....	48
VI. RECOMENDACIONES.....	49
VII. BIBLIOGRAFÍA	50
VIII. ANEXOS.....	54

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Análisis de las estrategias de marketing educativo para posicionar la I.E.P Señor de la Vida 2017”, tiene como objetivo principal determinar las estrategias de marketing educativo para posicionar la I.E.P Señor de la Vida 2017, de igual forma, analizar mencionadas estrategias de marketing educativo, identificar el posicionamiento deseado y describir el posicionamiento actual de la institución educativa.

Este estudio corresponde a una investigación mixta de diseño de triangulación concurrente donde el periodo aplicativo fue de dos meses consecutivos que comprende el mes de septiembre y octubre. La recolección de datos se hizo a través de tres técnicas, entre ellas, la entrevista a la directiva del colegio que permitió determinar las estrategias de marketing educativo empleadas y describir el posicionamiento que desean conseguir. La observación, la cual se aplicó a las estrategias de marketing educativo para su respectivo análisis y, finalmente, las encuestas ejecutadas a los padres de familia que permitió identificar el posicionamiento actual del colegio.

Se concluyó que la estrategia de marketing educativo empleada por la I.E.P Señor de la Vida 2017 es la estrategia de diferenciación y la estrategia competitiva de especialización.

Palabras claves: marketing educativo, posicionamiento, estrategias de diferenciación, servicio.

ASBTRACT

This research entitled: "Analysis of educational marketing strategies to position the I.E.P Señor de la Vida 2017", Its main objective is to determine educational marketing strategies to position the I.E.P Señor de la Vida 2017, likewise, analyze mentioned educational marketing strategies, identify the desired positioning and describe the current positioning of the educational institution.

This study corresponds to a mixed research of concurrent triangulation design where the application period was two consecutive months that includes the month of September and October. The data collection was carried out through three techniques, among them, the interview with the board of directors of the school that allowed to determine the educational marketing strategies used and to describe the positioning that they wish to achieve. The observation, which was applied to the educational marketing strategies for their respective analysis and, finally, the surveys carried out to the parents that allowed to identify the current positioning of the school.

It was concluded that the educational marketing strategy used by the I.E.P Señor de la Vida 2017 is the strategy of differentiation and the competitive strategy of specialization.

Keywords: educational marketing, positioning, differentiation strategies, service.