



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Licenciadas en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Marketing educacional como factor crítico de éxito en el servicio académico para alumnos universitarios”

AUTORAS:

Karen Anabell Sánchez Núñez

Kimberlyn Mishell Vinueza Barrionuevo

TUTOR: Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Mayo 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Marketing educacional como factor crítico de éxito en el servicio académico para alumnos universitarios**” presentado por las señoritas **Karen Anabell Sánchez Núñez** y **Kimberlyn Mishell Vinueza Barrionuevo** para optar por el título de Licenciadas en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.


Ambato, 4 de mayo del 2021

Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg.

C.I. 1801609445

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Karen Anabell Sánchez Núñez** y **Kimberlyn Mishell Vinueza Barrionuevo**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciadas en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Karen Anabell Sanchez Nuñez

C.I. 1804894853



Kimberlyn Mishell Vinueza Barrionuevo

C.I 1850086115

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

C.I.1802463370

Ing. Elías David Caisa Yucailla, Mg.

C.I.1803458668

Ambato, 4 de mayo del 2021

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Karen Anabell Sanchez Nuñez
C.I. 1804894853



Kimberlyn Mishell Vinuesa Barrionuevo
C.I. 1850086115

RESUMEN EJECUTIVO

El área estudiantil es cada vez más competitiva, corresponde a que las instituciones educativas tratan de buscar nuevos métodos como el marketing educacional para estar en constante innovación y competir entre universidades por el prestigio además del posicionamiento de marca en la mente del estudiante como es la Universidad Técnica de Ambato

En la actualidad se considera problemas existentes en el servicio de atención estudiantil y en brindar soluciones inmediatas, por lo que se ha generado inconvenientes con el alumnado en la satisfacción de sus necesidades.

Los resultados verídicos obtenidos en la investigación estuvieron inmersos a un análisis de variables externas e internas como prioridad para la formación académica de excelencia y mejora con una perspectiva al buen servicio como la solución de forma inmediata acompañada de empatía, confianza, comunicación, respeto, superación de expectativas del alumnado al ser expuestos a inconvenientes académicos.

Se concluyó que el modelo integrado de gestión de mercadeo educativo Migme permitió describir criterios relevantes que están inmersos en las opiniones obtenidas por parte de los encuestados como: satisfacción, intercambio, facilitación, comunicación, miembros intervinientes, infraestructura, procesos académicos según las necesidades de la sociedad. Con la finalidad de adquisición de experiencias satisfactorias del alumnado a través de un factor principal como la fidelización mediante herramientas fundamentales

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, MARKETING EDUCATIVO, SERVICIO ACADÉMICO, MODELO MIGME, SATISFACCIÓN, FIDELIZACIÓN

ABSTRACT

The student area is becoming more and more competitive, it corresponds to the fact that educational institutions try to find new methods such as educational marketing to be in constant innovation and compete among universities for prestige and brand positioning in the student's mind as is the Universidad Técnica de Ambato.

At present, there are considered to be problems in the student service and in providing immediate solutions, so it has generated problems with the student body in meeting their needs.

The true results obtained in the research were immersed in an analysis of external and internal variables as a priority for the academic formation of excellence and improvement with a perspective of good service as the immediate solution accompanied by empathy, trust, communication, respect, overcoming the expectations of students when exposed to academic problems.

It was concluded that the integrated management model of educational marketing Migme allowed describing relevant criteria that are immersed in the opinions obtained from the respondents such as: satisfaction, exchange, facilitation, communication, intervening members, infrastructure, academic process according to the needs of society. With the purpose of acquiring satisfactory experiences of the student body through a main factor such as loyalty through fundamental tools.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, EDUCATIONAL MARKETING, ACADEMIC SERVICE, MIGME MODEL, SATISFACTION, LOYALTY

CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA REVISTA



ISSN: 2602-8506
Certificado de Publicación

La Dra. Tatiana Carrasco Ruano. Directora y Editora de la revista electrónica “**Visionario Digital**”, (ISSN 2602-8506) alojada en <http://www.visionariodigital.org>

ACREDITA QUE:

El artículo “**Marketing educacional como factor crítico de éxito en el servicio académico para alumnos universitarios.**” que consta de 25 páginas en formato PDF, cuyos autores son: Karen Anabell Sánchez Núñez., Kimberlyn Mishell Vinueza Barrionuevo. & Edwin Cesar Santamaría Díaz., ha sido aceptado para su publicación en el Vol 5 Núm. 3. **Marketing**, de Julio - Septiembre 2021.

<http://www.visionariodigital.org>

Lo que se hace constar en Ambato 16 de marzo de 2021

Firma Autores

Karen Anabell Sánchez Núñez
Autor Investigación

Kimberlyn Mishell Vinueza Barrionuevo
Autor Investigación

Ing. Edwin Cesar Santamaría Díaz
Autor Investigación



Firmado electrónicamente por:
**YOLANDA TATIANA
CARRASCO RUANO**

La Directora

Fdo.: Tatiana Carrasco Ruano

Los autores coinciden con la Resolución FCA-CD-P-105-2021

Dir.: Jardín Ambateño
Cel.: 0998235485
E-mail: luisefrainvelastegui@cienciadigital.org
www.cienciadigital.org



Certificado Ingrese a
www.cienciadigital.org/revista/busqueda o
escanee el Código QR

