FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DIRECTO PARA MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA ESCUELA DE DANZA JM DE LA CIUDAD DE CHICLAYO 2013

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN

Autores

BACH. MARREROS LINGAN LELIS MABEL

BACH. MUNDACA ALARCON HANS JUNIOR

PIMENTEL, DICIEMBRE 2014

Resumen

La presente tesis titulada “Propuesta de Estrategias de Marketing Directo para Mejorar el Posicionamiento de la Escuela de Danza JM de la Ciudad de Chiclayo” tuvo como objetivo principal proponer estrategias de marketing directo para mejorar el posicionamiento de la escuela de danza JM de la ciudad de Chiclayo. Para ello se desarrolló un estudio de tipo descriptivo-propositivo con un diseño no experimental, teniendo como muestra a 150 personas, de las cuales se obtuvo la información a través de la aplicación de una encuesta con 35 ítems, utilizando como instrumento la escala de Likert.

Los resultados mostraron que la principal característica del posicionamiento de la escuela de danza JM está en función a los precios puesto que el 73% así lo manifiesta al manifestar que está acuerdo en el precio, está acorde a la calidad del servicio que ofrece la escuela de danza JM. Además los factores que influyen el posicionamiento de la escuela de danza JM, son los profesionales calificados (98%), los salones amplios para desplazarse con libertad (98%), y un repertorio musical variado (98%), siendo estos los factores más importantes que influyen en el posicionamiento de la escuela de danza.

Finalmente se concluye que el diseño de las estrategias de marketing directo para la escuela de danza JM, se debe considerar distintos medios de comunicación tanto medios tradicionales de promoción como los virtuales.