



FACULTAD DE HUMANIDADES

Escuela Académico Profesional de
Ciencias de la Comunicación.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

**PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING BASADO EN LAS ESTRATEGIAS
GENÉRICAS DE MICHAEL E. PORTER, PARA POSICIONAR LAS REDES
SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE LAMBAYEQUE Y LA UNIVERSIDAD JUAN
MEJÍA BACA.**

1. Autor(es):

José Andrews, SONO HERNÁNDEZ.

2. Asesor / Colaboradores:

- Asesor Metodológico: **Mg. Cecilia, Vidurre Nieto.**
- Asesor Temático: **Mg. Mirco, Merino Núñez.**

PIMENTEL, 5 de diciembre de 2013

RESUMEN:

Investigación realizada para proponer un “Plan de marketing basado en tres estrategias genéricas de Michael E. Porter para posicionar las redes sociales de la Universidad de Lambayeque y la Universidad Privada Juan Mejía Baca”.

La imagen y contenido de las redes sociales de las universidades en estudio serán remplazadas por un nuevo formato, ya que los estudiantes manifestaron no estar conformes con la utilidad que la universidad le da a las redes sociales. El número de la población total es de 519, entre 20 a 25 años de edad de la Universidad de Lambayeque y la Universidad Privada Juan Mejía Baca, teniendo como criterios de exclusión a los estudiantes de las universidades de la región de Lambayeque restantes.

En primer lugar se realizó un análisis del entorno interno y externo de las redes sociales, básicamente se examinó la situación actual de la páginas en las redes sociales. De la que se obtuvo información relevante para crear estrategias que permitan el posicionamiento de las redes sociales.

Finalmente se elaboró el cuadro de variables, el cual tiene dos partes como son el plan de marketing y las redes sociales, los cuales fueron necesarios para la elaboración de los instrumentos aplicados a nuestro público objetivo.