



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

“MARKETING PERSONAL PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS EN ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE UNA CARRERA DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS EN LA CIUDAD DE TRUJILLO, AÑO 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autor:

Bach. Ana Lucía Verástegui Sánchez

Asesor:

M. Segundo Alonso Vilchez Vera

Trujillo – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por la Bachiller **Ana Lucía Verástegui Sánchez**, denominada:

**“PROGRAMA DE MARKETING PERSONAL PARA EL DESARROLLO DE
HABILIDADES BLANDAS EN ESTUDIANTES DEL DÉCIMO CICLO DE LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING DE UNA UNIVERSIDAD DE
TRUJILLO”**

M. Segundo Alonso Vílchez Vera
ASESOR

Mg. Mercy Evelyn Angulo Cortejana
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Roció del Pilar Pretel Justiniano
JURADO

M. Gaspar Cristian Tirado Galarreta
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Formulación del problema.....	12
1.3. Justificación.....	12
1.4. Limitaciones	13
1.5. Objetivos	14
1.5.1. Objetivo general.....	14
1.5.2. Objetivos específicos.....	14
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	15
2.1. Antecedentes	15
2.2. Bases teóricas.....	18
2.2.1. Marketing Personal.....	18
2.2.2. Habilidades Blandas	22
2.3. Definiciones conceptuales:	25
2.4. Hipótesis	25
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	26
3.1. Operacionalización de variables	26
3.2. Diseño de investigación	27
3.3. Unidad de estudio	27
3.4. Población	27
3.5. Muestra (muestreo o selección).....	27
3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	27
3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	28
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	29
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....	45

CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	49
ANEXOS.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nivel de desarrollo de Marketing Personal	29
Tabla 2 Resultados de medición de habilidades blandas - Grupo A	30
Tabla 3 Resultados de medición de habilidades blandas - Grupo B	31
Tabla 4 Resultados Post test Habilidades Blandas - Grupo B.....	40
Tabla 5 Resultados Post test Habilidades Blandas - Grupo B.....	41
Tabla 6 Resultados del comparativo después de la capacitación en Desarrollo de habilidades blandas y aplicación de Marketing Personal en el grupo A	42
Tabla 7 Resultados del comparativo después de la Capacitación en Desarrollo de habilidades blandas sin aplicación de Marketing Personal en el grupo A.....	43
Tabla 8 Resultados del comparativo entre Grupo A (con capacitación en Marketing Personal) y Grupo B (sin aplicación de Marketing Personal.	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1	Nivel de desarrollo de Marketing Personal - Modelo 06 P.....	29
Ilustración 2	Resultados Habilidades Blandas - Grupo A.....	30
Ilustración 3	Resultados medición de Habilidades Blandas - Grupo B.....	31
Ilustración 4	Post Test Habilidades Blandas - Grupo A.....	40
Ilustración 5	Post test Habilidades - Grupo B.....	41
Ilustración 6	Resultados del comparativo después de la capacitación en Desarrollo de habilidades blandas y aplicación de Marketing Personal en el grupo A.....	42
Ilustración 7	Resultados del comparativo después de la Capacitación en Desarrollo de habilidades blandas sin aplicación de Marketing Personal en el grupo A.....	43
Ilustración 8	Resultados del comparativo entre Grupo A (con capacitación en Marketing Personal) y Grupo B (sin aplicación de Marketing Personal).....	44

RESUMEN

Actualmente en nuestro país el desarrollo de habilidades blandas tiene una complejidad particular, ya que no se encuentra implementada en el sistema educativo tradicional, sino que pretenden que estas se desarrollen a lo largo del tiempo a través de los desafíos del día a día, lo cual es un grave error porque las empresas demandan profesionales que tengan un adecuado balance entre las habilidades duras y las habilidades blandas.

La presente investigación mantiene un aporte teórico dado que su contribución se centra en brindar y clarificar algunos conocimientos científicos relacionados a la relación entre Marketing personal que poseen los alumnos que cursan el décimo ciclo de la carrera profesional de Administración y Marketing de una Universidad.

Para esto se tomaron dos aulas correspondiente al último ciclo de estudios, seleccionando a una, a la cual se le desarrollo un programa de Marketing personal, a fin de medir las habilidades blandas antes y después de este programa; así como también comparativamente con el aula que no se le aplicó el programa para determinar la influencia del programa de Marketing Personal en el desarrollo de las habilidades blandas; Teniendo como resultados no esperados que este programa no tuvo una influencia observable y concluyente en las habilidades, por lo que se descartó la hipótesis planteada.

ABSTRACT

Currently in our country the development of soft skills has a particular complexity, since it is not implemented in the traditional educational system, but rather they intend that these develop over time through the challenges of day to day, which It is a serious mistake because companies demand professionals that have an adequate balance between hard skills and soft skills.

The present research maintains a theoretical contribution given that its contribution focuses on providing and clarifying some scientific knowledge related to the relationship between personal Marketing that students have in the tenth cycle of the professional career of Administration and Marketing of a University.

For this, two classrooms were taken corresponding to the last cycle of studies, selecting one, to which a personal Marketing program was developed, in order to measure the soft skills before and after this program; as well as comparatively with the classroom that did not apply the program to determine the influence of the Personal Marketing program in the development of soft skills; Taking as unexpected results that this program did not have an observable and conclusive influence on the skills, so the hypothesis was discarded.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

Mujica Leiva, J. (Enero del 2015) ¿Que son las habilidades y como se aprenden? Presentación Power Point. Recuperado de:

<https://educrea.cl/wp-content/uploads/2016/02/DOC-habilidades-blandas.pdf>

Blog para Estudiantes de Publicidad: El Plan de Marketing Personal (09 de enero del 2014). Blog. Recuperado de: <http://blogparaestudiantesdepublicidad.blogspot.com/2014/01/marketing-personal.html>

Armstrong, G. & Kotler, P. (2013). Fundamentos del Marketing.

Dib Chagra, A. (2004). El servicio al cliente, la venta y el Marketing Personal

Diario Gestión (15 de Enero del 2018) Recuperado de: <https://gestion.pe/tendencias/habilidades-blandas-necesitan-jovenes-exito-empresas-224917>

Wikipedia (2018). Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

Emoción Positiva (2015). Recuperado de: <http://emocion-positiva.com/el-autoliderazgo/>

Avila Carpio, Angela (2017). La autenticidad como valor personal y profesional. Blog: CORAOPS-Coaching & Management. Recuperado de: <https://coraops.com/noticias-blog/blog/1419-blog-autenticidad-valor-personal-profesional>

Blog OXFAM Intermon (2017). Los diferentes tipos de responsabilidad social: del ámbito individual a las acciones gubernamentales. Recuperado de: <https://blog.oxfamintermon.org/los-diferentes-tipos-de-responsabilidad-social-del-ambito-individual-a-la-acciones-gubernamentales/>

Castillero Mimenza, Oscar (2014). Autorregulación: ¿Qué es y cómo podemos potenciarla? Recuperado de: <https://psicologiymente.com/psicologia/autorregulacion>

De Vicente, Beatriz (2014). Empatía: Definición. Significado de empatía. Recuperado de: <http://www.psicologoonlinedevicente.com/empatia-definicion-significado-de-empatia/>

Asociación Española para la Calidad (2018). Gestión del Tiempo. Recuperado de: <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/gestion-del-tiempo>

Pallares, María (2006). ¿Qué es la proactividad? Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-proactividad/>

Definición MX (2014). Recuperado de: <https://definicion.mx/?s=Coherencia>

Ramírez Santos, Alejandra (2012). Concepto de Motivación. Blog La Motivación. Recuperado de: <http://motivaciongrupob.blogspot.com/2012/03/concepto-de-motivacion.html>

Solis Vera, Pierr Javier (2017). Tesis. El Marketing Personal y la Empleabilidad En Los Estudiantes del Programa Académico de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad de Huánuco, Periodo 2017. Recuperado de: <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/865/SOLIS%20VERA%2c%20PIERR%20JAVIER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lobo-Guerrero Sanz, Nicolas (2013). Personal Branding Aplicado a Estudiantes de Nivel de Postgrado en Marketing en el Colegio de Estudios Superiores de Administración (Cesa)

Valdebenito, María Jose. 2013. Segmento: "Habilidades blandas fundamentales para el desarrollo personal". Revista Educar. Centro de investigación y desarrollo de la educación (CIDE)-Chile.

Singer, Marcos; Guzman, Ricardo; Donoso, patricio. (2009). Tesis. Entrenando competencias blandas en jóvenes. Escuela de administración de la Pontificia Universidad católica de Chile.

Valdevenito M. J., Directora de Estudios CIDE, (2013), Revista: educar,

Habilidades blandas. "HABILIDADES BLANDAS, Fundamentales para el desarrollo personal".

Repetto E, Beltrán., (2009), Formación en competencias socioemocionales.

Carrera, Cela, Coiduras, Isus, Paris & Torrelles, C. (2011). Competencia de trabajo en equipo: Definición y categorización. Revista de currículum y formación del profesorado, 15(3), 330-344. Recuperado de <http://www.ugr.es/~recfpro/rev153COL8.pdf>

Albajari V; Mames S. (2005). La evaluación psicológica en selección de personal. Buenos Aires: Paidós.