



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“Estrategias de marketing digital para incremento de alumnado en la franquicia de idiomas UK vivencial 2019”: Una revisión sistemática

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Gestión Comercial

Autores:

Chávez Campos Roberto Eduardo

Tipiana Ramírez Daniel Alberto.

Asesor:

Mg. Julio Sánchez Quiroz.

Trujillo Perú

2019

Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	5
RESUMEN	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	7
Problema	10
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos.....	10
Justificación.	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	12
2.1 Metodología de investigación sistemática (bibliográfica).....	12
2.2 Sistema de selección de documentos	13
2.3 Los criterios de elegibilidad.....	14
2.4 Repositorios académicos y recursos de información.....	14
2.5 Selección de estudios	15
CAPITULO III. RESULTADOS.....	16
CAPITULO IV: CONCLUSIONES	23
REFERENCIAS	27
ANEXOS	26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultado de información según tipo de documento.	16
Tabla 2: Resultado de información según su País.....	17
Tabla 3: Resultado de información de variable según su país.	18
Tabla 4: Resultado de información según el Año.	19
Tabla 5: Resultado investigación documental sobre variables: Estrategias digitales - Ventas -alumnado.....	21
Tabla 6: Discusión principales fuentes de investigación documental a la variable Estrategias digitales	26
Tabla 7: Discusión principales fuentes de investigación documental a la variable Ventas -Alumnado	31

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Resultado de información según tipo de documento.....	16
Ilustración 2: Resultado de información según su País.	17
Ilustración 3: Resultado de información de país según su variable.	18
Ilustración 4: Resultado de información según el Año.....	20

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo encontrar la documentación científica, empírica, en repositorios académicos que sustenten la investigación “Impacto de estrategias de marketing digital para incremento de alumnado en la franquicia de idiomas UK Vivential 2018, siendo la manera más metodológica de hacer mediante la técnica de revisión sistemática, para lo cual se aplicó la metodología de revisión sistemática de literatura científica, como fuente de datos se utilizó Google Académico, Google Brooks, Scielo que nos permitieron consultar en repositorios académicos de muchos países,.

Se revisaron 47 documentos, seleccionando 20 por criterios de elegibilidad, como relevancia, aporte, innovación y adecuación a la investigación de 6 países en 13 repositorios académicos meta organizados en Google Académico, Redalyc Willey.

La información cubrió las expectativas dimensionales de la variable como son el aspecto que justificación del uso de esta tecnología, las experiencias de éxito y las ventajas económicas. Respecto a la variable incremento de alumnos, no se halló como tal, pero si el incremento de ventas de servicio a través del marketing digital..

PALABRAS CLAVES: **revisión sistemática, estrategias de marketing digita, incremento de alumnado**

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Amado Vidal, K. (2011). *Propuestas estrategicas de marketing para la exportación de artesanías de cerámica de ayacucho hacia Nueva York – Estados Unidos de América*. Liima - Perú: Tesis Universidad San Martín de Porres.
- Benítez Aranda, S. (2012). La Artesanía latinoamericana como Factor de Desarrollo Económico, Social y Cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista Cultura y Desarrollo*, 2-19. Obtenido de http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf
- Brunner, J. (1988). *Notas Sobre Cultura Popular, Industria Cultural y Modernidad en Cultura Transnacional y Culturas Populares*. Lima, Perú: IPAL, Instituto para América Latina.
- Chunga Chinguel, G. (2017). *El estudio y la investigación documental: Estrategias metodológicas y herramientas TIC*. Chiclayo - Perú: EMDECOSEGUE SA.
- Downes, L., & Mui, C. (1999). *Aplicaciones asesinas. estrategias digitales para dominar el mercado*. Masachussets - USA: Harvard Business School Press.
- Langa , B. (2018). *Formula una Estrategia Digital Ganadora: Aprende a formular Estrategias Digitales de Éxito para hacer crecer tu Negocio (Spanish Edition)*.
- Muchari Hinostroza, J. (2015). *Factores de elaboración y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica en el centro artesanal Shosaku Nagase, Ayacucho 2016- 2017*. Chimbote: Tesis Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Peirce, C. (2016). *The First Rule of Logic for Documentary Investigation*. Cambridge: Cambridge .
- Pesantez Maldonado, K. (2014). *Propuesta de gestión de e-marketing internacional a través del modelo B2C (business to consumer) aplicado a la empresa cerámica alfarero*. Ecuador: Tesis Universidad del Azuay.
- Rivera, M., & Méndez, E. (2017). *Re Evolución Digital / Digital Re - Evolution* . Mexico: Conecta.

- Rosales, P. (2010). *Estrategia Digital: Como usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia*. Deusto.
- Tayar Lopez , R. (2018). *CRO. Diseño y desarrollo de negocios digitales*. Anaya Multimedia.
- Valencia López, V. (2012). *Revisión documental en el proceso de investigación*. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Velásquez, J. (2014). *Una Guía Corta para Escribir Revisiones Sistemáticas de Literatura* . Medellín Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Warwick, M. E. (2009). La globalización de la fruta, los cambios locales y el desigual desarrollo rural en América Latina: Un análisis crítico del complejo de exportación de fruta chilena. *Revista Chilena de Ingeniería*.