



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”

MAESTRÍA EN MARKETING

MENCIÓN: Marketing Virtual

Resolución: RPC-SO-30-No.488-2019

PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER

Título del proyecto:

“Plan de Marketing para realizar cursos en línea especializados en Rodio Escuela de negocios y emprendimiento ”

Línea de Investigación:

Gestión Administrativa y Sociedad

Campo amplio de conocimiento:

Administración

Autor/a:

Guillermo Andrés Proaño Proaño

Tutor/a:

Mg. Arturo Paredes Recalde

Quito – Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Arturo Paredes Recalde con C.I: 1708525728 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: Plan de Marketing para realizar cursos en línea especializados en Rodio Escuela de negocios y emprendimiento.

Elaborado por: Guillermo Andrés Proaño Proaño de C.I: 1706729272 estudiante de la Maestría: Marketing, mención: Marketing Virtual de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 9 de Septiembre de 2021



Firma

DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Guillermo Andrés Proaño Proaño de C.I: 1706729272, autor/a del proyecto de titulación denominado: Plan de Marketing para realizar cursos en línea especializados en Rodio Escuela de negocios y emprendimiento. Previo a la obtención del título de Magister en Marketing, mención Marketing Virtual.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 9 de Septiembre de 2021

Firma

Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE.....	iii
INFORMACIÓN GENERAL	1
Contextualización del tema	1
Pregunta Problémica	1
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	2
Beneficiarios directos:.....	2
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	3
1.1. Contextualización de fundamentos teóricos.....	3
1.2. Problema a resolver.....	3
1.3. Proceso de investigación	3
1.4. Vinculación con la sociedad	4
1.5. Indicadores de resultados.....	5
CAPÍTULO II: PROPUESTA	6
2.1. Fundamentos teóricos aplicados	6
2.2. Descripción de la propuesta	7
2.3. Matriz de articulación	19
CONCLUSIONES.....	21
RECOMENDACIONES.....	21
BIBLIOGRAFÍA.....	22
ANEXOS.....	23

Índice de tablas

Tabla 1. Descripción de perfil de validadores	13
Tabla 2. Criterios de Evaluación	14
Tabla 3. Escala de evaluación de criterios	15
Tabla 4. Preguntas Instrumento de validación	15
Tabla 5. Matriz de articulación	19

Índice de figuras

Figura 1. Resultado Profesional CA.....	16
Figura 2. Resultado Profesional MJH.....	17
Figura 3. Resultado Profesional SC.....	18

INFORMACIÓN GENERAL

Contextualización del tema

Muchos son los cambios que la humanidad experimentará debido a la pandemia del presente año. La aceleración de la era digital y la comunicación 4 y 5G, dan como resultado muchos cambios en las costumbres del ser humano debido al distanciamiento social y la aceleración en el ámbito virtual. El internet, las redes sociales y los teléfonos celulares dan paso a una nueva era digital. Se observa la gran oportunidad en la educación de crear salas virtuales con educación digital continua y práctica que ayude a mejorar los conocimientos de los profesionales de la ciudad de Quito y del país completo, sin la necesidad de que sus estudiantes tengan que tener su presencia en un espacio físico. Estos nuevos cursos generarán en sus estudiantes actualización de conocimientos prácticos que ayuden en sus diferentes departamentos empresariales a la mejora continua necesaria en esta singular época que se presenta al ser humano. “La invitación concreta, por tanto, es repensar en la educación desde la premisa de estar insertos en un contexto en el que la tecnología ya no es algo externo que uno usa, sino que es un aspecto que se involucra incluso para delinear la manera en que nos percibimos e identificamos” (Sevilla, Tarasow, & Luna, 2017).

Diferentes son las competencias que exige el distanciamiento social entre ellas la adaptación a una nueva era digital, vemos entonces la gran oportunidad en la educación de impactar positivamente a la ciudadanía que trabaja en los diferentes departamentos técnicos y operativos de las empresas que han logrado sobrevivir a este difícil momento por los que nos encontramos tanto social como política y económicamente.

Se plantea entonces el estudio de la demanda de cursos especializados on line con el fin de determinar el nivel de interés y en que estarían dispuestos a especializarse y a invertir las personas profesionales mayores de edad de las diferentes ciudades y provincias del Ecuador que tengan acceso a internet y a una computadora.

Pregunta Problemática

¿Es posible realizar un estudio de la demanda de cursos especializados on line para determinar el posible interés de las personas y que cursos especializados desean las personas?

Objetivo general

Realizar un plan de Marketing para ofertar cursos en línea especializados en Rodio Escuela de Negocios y Emprendimiento.

Objetivos específicos:

Realizar la Investigación del interés de las personas para cursos on line especializados.

Desarrollar la página web de la empresa para ofertar los cursos especializados.

Generar comunicación de la oferta educativa en redes sociales.

Realizar la validación de este trabajo con expertos en Marketing.

Beneficiarios directos:

Los beneficiarios directos de la presente investigación será Rodio Escuela de Negocios y Emprendimientos y los estudiantes que decidan cursar los cursos especializados on line.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Contextualización de fundamentos teóricos

La innovación y la tecnología son en la actualidad los factores que han crecido mucho más en los últimos tiempos. De igual manera en la educación que se ha trasladado a las diferentes plataformas tecnológicas y han permitido que el conocimiento y los estudios no paren. Estas se complementan con la tecnología y son la nueva ventana de comunicación. Con esta fusión se puede continuar con el factor de producción ya que la educación se la considera como un elevador de la economía. Una sociedad basada en el conocimiento, es decir, tecnológicamente culta, puede influir en las políticas de fomento que necesita su economía. Los ciudadanos capaces de comprender y demandar los avances posibilita la innovación profesional y educativa. Por lo tanto, es importante sustentar un sistema educativo competente para generar conocimiento científico y tecnológico para convertirlo en riqueza (Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica, 2014).

1.2. Problema a resolver

La pandemia COVID-19 ha cambiado por completo las costumbres de las personas así como la necesidad de seguirse educando bajo la modalidad de estudios on line especializados y de actualización de conocimientos. Lo buscan con el fin de lograr mejor desempeño en los diferentes departamentos orgánicos funcionales, nuevas competencias y conocimientos tecnológicos. Esto ha generado en las instituciones educativas, la necesidad de ofertar educación continua en línea. Un plan de Marketing aporta a Rodio Escuela de Emprendimiento y Negocios, a realizar una planificación estructurada que permita atraer nuevos estudiantes y posicionar a la institución.

1.3. Proceso de investigación

La presente investigación se plantea mediante el paradigma cuantitativo y cualitativo ya que de las encuestas realizadas se analizarán mediante el método deductivo el análisis de la demanda de los diferentes cursos especializados on line con el cual se realizará el Plan de Marketing correspondiente. El tipo de Estadística a aplicar será la descriptiva deductiva para ordenar los datos numéricos que se obtendrán en la encuesta en línea dirigida a través de medios sociales. En el Anexo 1 se muestran la encuesta y sus resultados.

Para seleccionar la muestra en situación virtual por la pandemia, se aplicó la encuesta a una población de chats grupales. La mediática fue utilizando la red de whatsapp hacia grupos de posible interés en aprendizaje continuo. La población es finita (N) de 120 personas mayores de edad de la ciudad de Quito con una probabilidad de que ocurra el evento (P) de un 50% y de que no ocurra (Q) de 50%. El nivel de confianza (Z) es asignado por el autor de este trabajo para identificar la muestra por 1,95 y el error de estimación (e) es el máximo aceptado. Esta fórmula se aplicó según (Martínez, 2012), con los siguientes datos:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2 + (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Parametro	Valor
N	120
Z	1,950
P	50,00%
Q	50,00%
e	3,00%

Tamaño de muestra

"n" =

107,85

De acuerdo a la fórmula aplicada se obtiene un tamaño de muestra de 108 personas que respondieron la encuesta on line.

1.4. Vinculación con la sociedad

Con la presente investigación se estima impactar positivamente a la ciudadanía que trabaja en los diferentes departamentos técnicos y operativos de las empresas. Los empleados y funcionarios requieren constante capacitación acorde a su cargo y a sus funciones. Por ello, Rodio realizará la comunicación a través de las diferentes plataformas digitales y redes sociales ofertando cursos especializados on line. Este servicio aportará con la actualización de conocimientos a la población ecuatoriana, aportando principalmente hacia una sociedad más justa, preparada y educada.

1.5. Indicadores de resultados

Los indicadores que permitirán evaluar el resultado del producto serán:

- Diagrama de Gant para la evaluación del cumplimiento de tareas.
- Número de visitas a la página web.
- Datos de la tasa de rebote y de conversión.
- Alumnos inscritos a los cursos on line.
- Nivel de satisfacción de los estudiantes.

CAPÍTULO II: PROPUESTA

2.1. Fundamentos teóricos aplicados

La educación basada en la tecnología ha conllevado a la sociedad a adaptarse a una nueva forma de educación, la educación virtual o e-learning. Existe un claro paralelismo entre la evolución de las TIC y el desarrollo de modelos formativos en línea. En la Universidad Oberta de Catalunya, con experiencia de más de 27000 estudiantes formados bajo este régimen, han vivido la historia del e-learning y, en cada fase, ha tenido que analizar la evolución de la formación y tomar decisiones sobre el modelo educativo, el desarrollo tecnológico y la organización de los procesos (Gros, 2011).

Existen muchos libros con referencia a este tema de tanta importancia para la humanidad en los que se explica la evolución que ha tenido la educación on line con sus diferentes épocas y características. De ellas se ha tomado los aspectos fundamentales las cuales sostienen la formación en plataformas virtuales de aprendizaje. Estas parten de la premisa en que los estudiantes deben ser el centro de una formación que garantice el aprendizaje independiente dando la importancia para diseñar las diferentes experiencias formativas que permitan un proceso de aprendizaje íntegro.

El Marketing engloba los procesos que proporcionan a los clientes lo que necesitan en bienes o servicios. Emplea las estrategias necesarias de comunicación, precio y distribución de lo que desean en un tiempo y lugar requeridos. El estudio y la práctica son los conductores hacia una educación con mejores resultados. Un plan de marketing dirigido hacia un mercado específico, es de constante necesidad. Es requerido para generar actividades educativas específicas en un mercado que requiere mejorar sus conocimientos. Aporta para desarrollar altos niveles de desenvolvimiento en los diferentes departamentos de las empresas.

El Plan de Marketing es el proceso de anticipar los eventos futuros para determinar estrategias y lograr los objetivos deseados. Este comprende el diseño de las actividades con los objetivos del Marketing y su entorno cambiante. Los elementos que contempla el plan de Marketing son: Declaración de la misión, Análisis FODA, Objetivos, Estrategias de Marketing, Control y Evaluación (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011).

Las instituciones educativas se han visto obligadas a digitalizar su Educación. Aquellas que no lo han realizado lamentablemente se verán forzadas a cerrar sus puertas. Este cambio es una gran oportunidad de abarcar un mercado que cambia a una era digital. La pandemia del Covid-19 a forzado a que la oferta educativa sea más competitiva en los entornos digitales. La demanda estará dada por los estudiantes que requieran actualizar sus conocimientos en programas específicos y prácticos de crecimiento empresarial y personal.

La competencia que actualmente tiene Rodio son los diferentes cursos posicionados en Internet por las diferentes empresas Educativas en el mercado. Sin embargo, no ofrecen un aval Universitario.

2.2. Descripción de la propuesta

El producto que se propone es la oferta de cursos on line especializados para las personas dependientes e independientes ubicados en la ciudad de Quito con crecimiento futuro en el servicio para todo el Ecuador. Los cursos serán de emprendimiento que incentiven la economía y la creación de empresas y microempresas en el Ecuador.

Las plataformas digitales se vuelven indispensables en la vida habitual del ser humano. Por ello, el presente trabajo se apalancará en las diferentes plataformas existentes así como en la comunidad educativa. De esta manera se genera un impacto social en la comunidad educativa y productiva Ecuatoriana.

a. Estructura general

De acuerdo a la estructura de Lamb, es importante detallar el plan de marketing en la empresa para proporcionar información de objetivos y estrategias, que permitan posteriormente evaluar resultados (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011). En la Figura 1 se detalla la estructura general de Rodio que es una ramificación de la Red Salomón para lograr posicionarse como la escuela de emprendimiento y negocios líder a nivel nacional.

MISION	
Educar con compromiso social y rigor académico para formar profesionales de excelencia, capaces de aportar al desarrollo del país, promoviendo la investigación, innovación, emprendimiento, en un marco de calidad y mejoramiento continuo.	
ANALISIS FODA	
Fortalezas Compromiso institucional Capacitación para docentes Infraestructura física y tecnológica Procesos automatizados Sistema de Gestión óptima	Debilidades Metodología estandarizada para seguimiento de proyectos Insuficiente número de publicaciones de impacto Sistema informático de gestión no integrado No existen canales de comunicación No existe un sistema de aseguramiento de calidad
Oportunidades Sostenibilidad por proyectos investigativos Existencia de redes para intercambio de conocimientos Convenios con Universidades Interés en temas específicos Acuerdos con empresas para capacitar a sus empleados Desarrollo de formación virtual	Amenazas Inestabilidad en políticas gubernamentales Crisis económica de país Competencia universitaria Fenómenos naturales Pobreza y desempleo
OBJETIVO	
Realizar un plan de Marketing para ofertar cursos en línea especializados en Rodio Escuela de Negocios y Emprendimiento, a través de redes sociales.	
ESTRATEGIA DE MARKETING	
Estrategia del mercado meta 1. Comunicar a los aspirantes a estudiantes sobre la plataforma a distancia existente como diferenciador del servicio. 2. Mejorar la imagen institucional invitando a cursos on line gratuitos con personalidades del ambito investigativo, cultural y educativo del mejor nivel académico, para captar nuevos estudiantes.	
MEZCLA DE MARKETING	
PRODUCTO	
Cursos de emprendimiento y negocios, Cursos de especialidades on line.	
PLAZA	
Plataforma virtual de aprendizaje.	
PRECIO	
De acuerdo a las necesidades educativas del mercado, considerando los módulos requeridos para cada estudiante.	
PROMOCIÓN	
Publicar en redes sociales reseñas de exalumnos, según su experiencia y aprendizaje adquirido en sus aulas virtuales y como estos han aprotado en su desarrollo en el marco personal, profesional y empresarial.	
CONTROL DE EVALUACION DE IMPLEMENTACION	
A través de landing page, se realizará una evaluación mensual de los leads que ingresan a la página así como de los estudiantes matriculados en los diferentes cursos, para controlar y dar seguimiento de la satisfacción del estudiante.	

Figura 1: Estructura del Plan de Marketing (modificado de Lamb, 2011)

b. Explicación del aporte

El Servicio de Educación y cursos digitales propuesto se lo realizará con profesores y profesionales privados y posicionados en las diferentes áreas profesionales y productivas de nuestra sociedad. Docentes que son referentes y especialistas en las diferentes áreas que capten un mercado de estudiantes a sus diferentes cursos. A su vez cursos lo suficientemente interesantes para que estos tengan una demanda creciente.

Debido a la reducción de fuerza laboral en las empresas y en general en el país entero se propone iniciar con cursos de emprendimiento empresarial. Se impartirá de manera práctica como abrir una empresa, ver los aspectos legales, económicos y financieros que se necesitan para iniciar una empresa. Adicionalmente, como asesorar al estudiante en un proyecto que se pueda iniciar de manera práctica y que aporte al objetivo principal de ir reactivando la economía Ecuatoriana que tanto busca el gobierno y la sociedad.

De este inicio de programas se irán ramificando más cursos especializados que sigan evolucionando y satisfaciendo la necesidad real del mercado.

c. Estrategias y/o técnicas

Se aplicará estrategias de Marketing en redes sociales con Posts que atraigan un mercado de estudiantes digitales. Se irá abarcando el mercado creciente digital con cursos atractivos, prácticos y con profesores especializados en sus áreas. Docentes posicionados tanto profesionalmente como digitalmente, atraerán de manera multiplicadora estudiantes. La comunidad educativa sustentará este producto digital a través del tiempo con continuas evaluaciones de satisfacción de los estudiantes y docentes. Así también, de una imagen institucional que evidencie y posicione la marca de mejor manera según el segmento de mercado.

Otra estrategia a aplicar será actualizar diariamente el contenido publicitario de la institución y perfeccionar la página web de manera trimestral como mínimo. Además, evaluar constantemente la satisfacción de los estudiantes así como los clientes internos del proyecto.

Misión de Negocios

Rodio es una ramificación de la Red Salomón que tiene como misión educar con compromiso social y rigor académico para formar profesionales capaces de aportar al desarrollo del país.

Se espera que en 2 años Rodio se posicione como la escuela de emprendimiento y negocios líder a nivel nacional preparando e impartiendo conocimientos a los estudiantes y aportando a un mejor desempeño y desarrollo de las empresas en las que se desenvuelvan los estudiantes.

Análisis Foda

Red Salomón es una empresa con más de 5 años en el mercado formando profesionales y técnicos en diferentes áreas. Cuenta con convenios internacionales y ha formado a más de 1200 estudiantes. Tiene profesores y profesionales posicionados y capacitados continuamente. Posee instalaciones óptimas para brindar atención pedagógica y administrativa de manera personalizada a sus clientes. Mantiene una plataforma informática de estudios óptima, de procesos automatizados que permite una gestión sistematizada de los estudiantes.

Sin embargo, no está integrado internamente lo cual afecta a la comunicación y al sistema de aseguramiento de calidad. Actualmente, aplica metodologías estandarizadas para el seguimiento de proyectos sin canales de comunicación. Esto genera publicaciones de bajo impacto para la atracción de nuevos estudiantes.

La empresa tiene la oportunidad de lograr otros convenios internacionales y con Universidades a nivel local, para generar a futuro una red de intercambio de conocimientos. Podrá crear cursos de emprendimiento y actualización de conocimientos en línea dado el distanciamiento social y aprovechando el uso de la tecnología y las diferentes plataformas así como salas virtuales de estudio. Adicionalmente, tienen la oportunidad de generar convenios empresariales, por la necesidad de capacitar a empleados dependientes de las empresas.

La crisis económica que ha provocado la pandemia Covid-19, generó mayor competencia educativa que llega desde diferentes niveles. Ha presentado inestabilidad en políticas, pobreza y desempleo. Esto, se presenta como una amenaza para Rodio por la posibilidad de adquisición de los interesados en capacitación continua.

Objetivo Rodio

Crear un plan de Marketing que posicione a Rodio como escuela líder de Negocios Emprendimiento y actualización de conocimientos.

Estrategia de Marketing Digital

Las redes sociales se han vuelto la fuente principal de búsqueda de información. Por ello, Rodio debe iniciar como la gran ventana y la oportunidad de posicionar de mejor manera los

cursos digitales on line. Comunicando su oferta a través de las grandes herramientas digitales, creando anuncios con imágenes y videos de impacto para atraer a los visitantes virtuales y estudiantes inscritos. Se planea mantener el sitio web actualizado, tener presencia activa en redes sociales, crear comunicaciones con anuncios de valor y usar las listas de contactos para crear campañas de e-mail marketing.

Los sistemas de procesos de aprendizaje se combinan con la tecnología. Por ello, es importante fidelizar a los estudiantes con la visión constante de actualización de conocimientos. Se aplicará una estrategia de marketing educativo que permita estar al día con las nuevas herramientas tecnológicas y metodológicas. Se implementará la aplicación learning analytics para medir el nivel de aprendizaje y lograr un buen posicionamiento a través de entrevistas a nuestros estudiantes. Estas entrevistas serán de manera on line y grabadas para publicarlas como contenido de valor y referencia en las redes sociales de la empresa.

Se analizarán los datos de navegación a través de google analytics así como la medición cuantitativa de visitas, visitantes y las tasa de rebote y de conversión. Con esta información se puede determinar clientes que tengan compromiso con la institución y que quieran seguir aplicando a los cursos on line. De igual manera utilizar herramientas SEO Y SEM y realizar promociones via e-mails con mailchimp que posicionen a la institución en la web.

Mezcla de Marketing

La mezcla de Marketing corresponde a una integración de tácticas de producto, plaza, precio y promoción. Esta estructurada para generar interacción entre ellos para satisfacer a un mercado meta (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011).

El producto incluye la unidad física , su envoltura, el servicio, las postventa y otros factores de la imagen de la empresa. Para Rodio el producto es el servicio de educación segmentado hacia personas mayores de 18 años que deseen obtener conocimientos de emprendimiento y actualización de conocimientos a nivel técnico y tecnológico así como profesionales que deseen actualizar sus conocimientos. Para iniciar se ofertarán cursos para emprendimientos desde como formar una empresa, buscar proveedores y ofertar digitalmente los productos. Así como también, cursos de contabilidad y facturación para los emprendimientos. Posteriormente, se ofertarán cursos especializados en tributación, ventas, talento humano, facturación electrónica y cobranzas.

La distribución se trata de la colocación de productos o servicios a disposición del cliente. El objetivo es asegurar que se entregue un servicio de calidad. Se brindará el servicio a través de la plataforma de estudios en convenio con Red Salomón Organización Vertice y avalado por la Universidad Israel. La plataforma contempla módulos de inscripción a los cursos de los diferentes niveles educativos y matriculación a materias programadas en diferentes horarios. Presenta espacios virtuales para que los docentes compartan textos, videos y tareas. Los estudiantes podrán visualizar deberes, participar en foros y botones de entrega para publicar sus trabajos. Así también, tendrán visibilidad de sus evaluaciones y calificaciones, las mismas que podrán ser comunicadas por un sistema único de calificaciones y evaluación al docente.

El precio es el más flexible de los elementos del marketing ya que tiene variabilidad de acuerdo a los mercados. Sin embargo, es de mayor cuidado debido a la competitividad que actualmente se presenta en el mundo digital. De acuerdo a la muestra obtenida, las personas están dispuestas a invertir para sus estudios entre \$100 y \$200 dólares para cada módulo. Teniendo en cuenta que los recursos no son físicos si no tecnológicos. Este valor se definió en función a los resultados obtenidos en la pregunta 9 de la encuesta on line detallada en el Anexo 1.

La promoción se coordina y combina con los otros elementos para comunicar de manera integral el producto o servicio a ofertar. La publicidad de Rodio será dada a través de las diferentes redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn creando campañas programadas. La comunicación en redes contemplará contenido de interés educativo respecto a emprendimientos, contenido clave de como buscar proveedores y como vender digitalmente. Esta información será corta clara y concisa para atraer estudiantetes interesados en adquirir este conocimiento. Este método de publicidad será replicado en los diferentes temas de conocimientos a impartir. La inversión en cada uno será de un promedio de \$20 semanales, segmentando de manera objetiva al buyer persona.

Control de Evaluación de Implementación

El control se lo realizará a través de analitica web con la herramienta google analytics la cual permitirá conocer el número de visitas, duración de las mismas, fuentes de tráfico y las páginas más visitadas por los estudiantes. Así como, preferencias de cursos para tomar la mejor decisión en cuanto a los cursos futuros a ofertar.

Semanalmente se dará seguimiento a las estadísticas que arrojan las redes sociales para aplicar mejora continua a la publicidad del servicio educativo. Se evaluarán las preferencias de los estudiantes o interesados respecto a los cursos de mayor demanda para mantener

constantemente actualizados los temas a dictar. Esta evaluación será realizada al fin de cada módulo. De esta manera la implementación del plan tendrá efectividad por la constante evaluación de satisfacción al cliente.

d. Validación de la propuesta

Para la elección de especialistas se ha considerado un perfil acorde a los siguientes criterios: formación académica relacionada con el tema investigativo, experiencia académica y/o laboral orientada a la gestión administrativa y motivación para participar. La siguiente tabla presenta información detallada de los actores seleccionados para la validación del modelo.

Tabla 1. Descripción de perfil de validadores

Nombres y Apellidos	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
Christian Daniel Aldás Carrasco	17	Master of Arts in Management / Master en Transformación Digital y desarrollo de Negocio	Director de Marketing
María José Hidalgo Jara	10	MBA	Gerente de Marketing
Eduardo Sebastián Cisneros Bravo	7	Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial	Jefe de Producto

Fuente: Elaboración del autor

Los objetivos perseguidos mediante la validación son los siguientes:

- Validar la metodología de trabajo aplicada en el desarrollo de la investigación.
- Aprobar los resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas.
- Redefinir (si es necesario) el enfoque de los elementos desarrollados en la propuesta, considerando la experiencia de los especialistas.
- Constatar las posibilidades potenciales de aplicación del modelo de gestión propuesto.

Instrumento para validar

Luego de seleccionar a los profesionales que conformaron el panel para la validación, se procedió a desarrollar los criterios de evaluación; facilitando un link de acceso que detalla los parámetros considerados a cada validador. A continuación, se especifican los criterios en mención:

Tabla 2. Criterios de Evaluación

Criterios	Descripción
Impacto	Representa el alcance que tendrá el modelo de gestión y su representatividad en la generación de valor público.
Aplicabilidad	La capacidad de implementación del modelo considerando que los contenidos de la propuesta sean aplicables
Conceptualización	Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías propias de la gestión por resultados de manera sistémica y articulada.
Actualidad	Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos que se producen en la nueva gestión pública.
Calidad Técnica	Miden los atributos cualitativos del contenido de la propuesta.
Factibilidad	Nivel de utilización del modelo propuesto por parte de la Entidad.
Pertinencia	Los contenidos de la propuesta son conducentes, concernientes y convenientes para solucionar el problema planteado.

Fuente: Elaboración del autor

Una vez puntualizados los criterios utilizados en la validación, se determinó la escala de criterios cualitativos para su evaluación, según el nivel de importancia y representatividad

Tabla 3. Escala de evaluación de criterios

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					
Aplicabilidad					
Conceptualización					
Actualidad					
Calidad Técnica					
Factibilidad					
Pertinencia					

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 4. Preguntas Instrumento de validación

Crterios	Preguntas
Impacto	¿Considera que el modelo de gestión propuesto representará un impacto significativo en la generación de valor público?
Aplicabilidad	¿Los contenidos de la propuesta son aplicables?
Conceptualización	¿Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías de la gestión por resultados?
Actualidad	¿Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y nuevos cambios que puedan producirse?
Calidad Técnica	¿El modelo propicia el cumplimiento de los protocolos de atención analizados desde la óptica técnico-científica?
Factibilidad	¿Es factible incorporar un modelo de gestión por resultados en el sector?
Pertinencia	¿Los contenidos de la propuesta pueden dar solución al problema planteado?

Fuente: Elaboración del autor

Se han establecido los niveles de importancia y representatividad y un valor máximo de cinco puntos, el cual, será otorgado según el desempeño adecuado del criterio; y un mínimo de un punto en el caso de observarse un cumplimiento insuficiente.

Se detalla la escala de validación de cada especialista:

Figura 1. Resultado Profesional CA

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					5
Aplicabilidad					5
Conceptualización					5
Actualidad					5
Calidad Técnica					5
Factibilidad					5
Pertinencia				4	

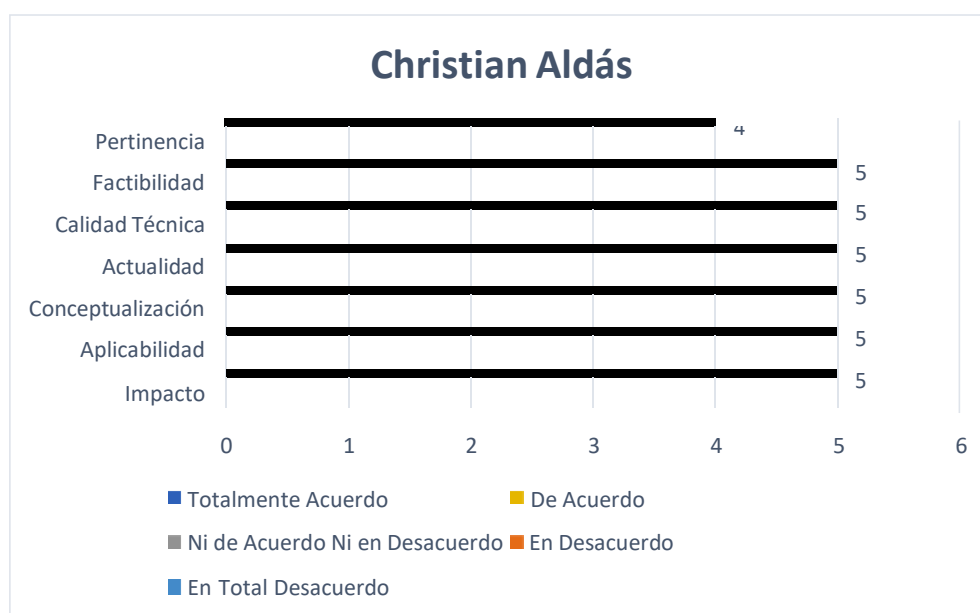


Figura 2. Resultado Profesional MJH

	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					5
Aplicabilidad					5
Conceptualización			3		
Actualidad					5
Calidad Técnica			3		
Factibilidad					5
Pertinencia				4	

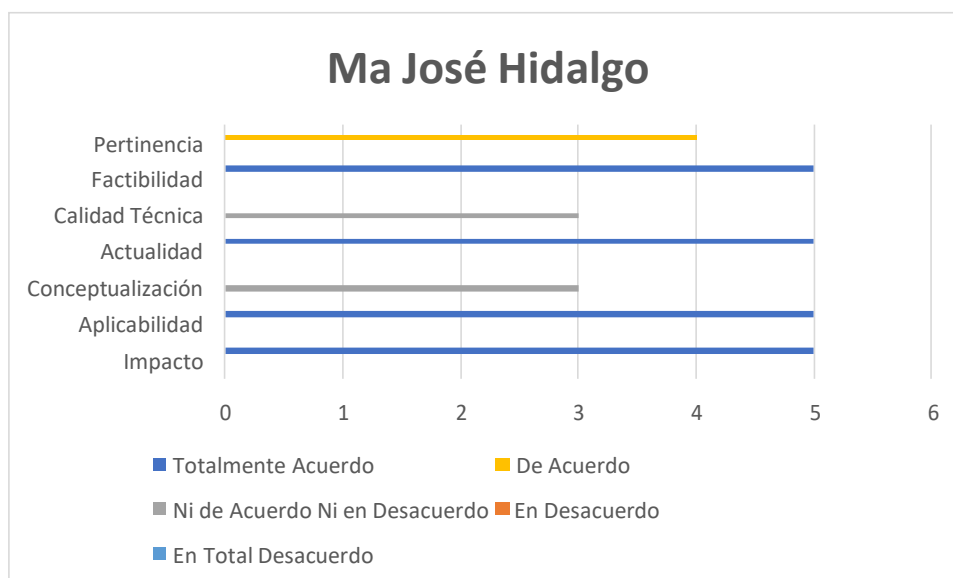
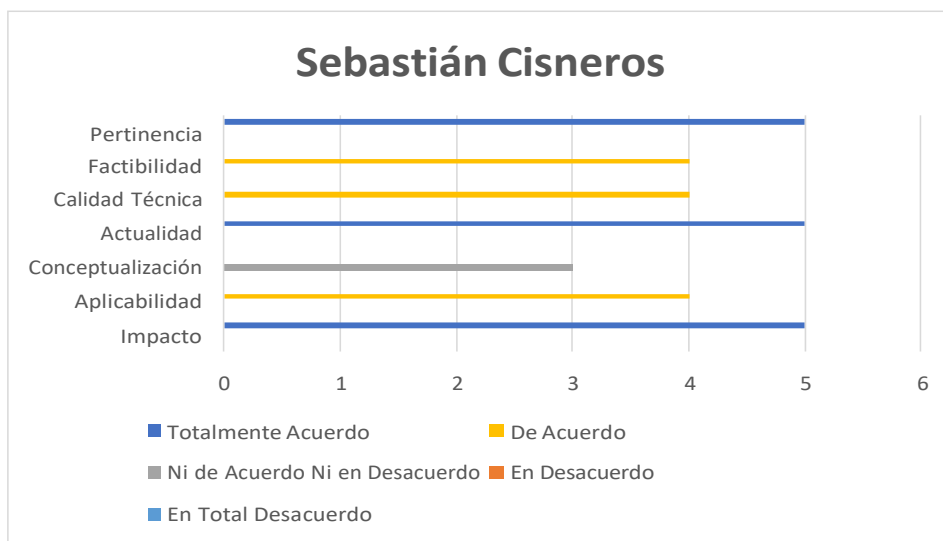


Figura 3. Resultado Profesional SC

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					5
Aplicabilidad				4	
Conceptualización			3		
Actualidad					5
Calidad Técnica				4	
Factibilidad				4	
Pertinencia					5



Resultados de la validación

El criterio importante de los profesionales especialistas y su gran aporte para esta investigación coincide con la factibilidad del producto. Como se visualizan en las figuras 1, 2 y 3, los tres criterios evidencian la aceptación hacia el planeamiento de la presente investigación. Sin embargo, las observaciones recomiendan realizar una investigación técnica de los temas a dictarse, sus contenidos y las técnicas de aprendizaje a aplicar. Recomiendan investigar los resultados de las instituciones que tienen virtualidad así como el resultado de aprendizaje de los estudiantes. Con ello, se puede evidenciar las mejores prácticas, experiencias y tipos de aprendizaje que evolucionan a una nueva época digital.

2.3. Matriz de articulación

En la presente matriz se sintetiza la articulación del producto realizado con los sustentos teóricos, metodológicos, estratégicos-técnicos y tecnológicos empleados.

Tabla 5.
Matriz de articulación

EJES O PARTES PRINCIPALES	SUSTENTO TEÓRICO	SUSTENTO METODOLÓGICO	ESTRATEGIAS / TÉCNICAS	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	CLASIFICACIÓN TIC
Capítulo I	Lo señalado por Sevilla (2014), sustenta que la educación involucra a la tecnología	Análisis de situación educativa en la actualidad	Técnica documental	Identificación del nivel de interés en cursos especializados on line	Recursos tecnológicos necesarios: computadora, internet, plataforma tecnológica y redes sociales
Capítulo II	Lo señalado por Gros (2011) sustenta la evolución del aprendizaje en línea.	Método de investigación histórico y deductivo	Investigación deductiva de la evolución del aprendizaje	Decisiones sobre el modelo educativo, el desarrollo tecnológico y la organización de los procesos de Rodio	Recursos tecnológicos necesarios: computadora, internet, plataforma tecnológica y redes sociales

Capítulo II	Lo señalado por Lamb (2011) sirvió para estructurar el plan de Marketing	Análisis FODA, Estrategias de Marketing y Control de Evaluación	Investigación deductiva de la situación de Rodio	Determinación de objetivos y estrategias	Recursos tecnológicos necesarios: computadora, internet
--------------------	--	---	--	--	---

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Se ha podido evidenciar que las instituciones educativas tienen la necesidad de actualizar su oferta de servicios. Deben utilizar plataformas virtuales considerando la educación continua de especialidades de diferente índole que actualmente demanda la comunidad Ecuatoriana.

De acuerdo a la encuesta realizada se identificó el alto interés de las personas por estudiar on line en ramas especializadas y actualización de conocimientos.

Podemos concluir que el Marketing Digital es una herramienta esencial y va de la mano con la educación on line. Es un complementario de las actuales necesidades educacionales para las personas. Las estrategias y herramientas digitales son de gran ayuda para poder cumplir el objetivo principal de un plan de Marketing para Rodio. El posicionamiento y reconocimiento tienen que conjugarse con la satisfacción de los clientes que llevará a Rodio a ser una institución reconocida por el nicho de mercado que requiere especializarse y actualizar sus conocimientos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda utilizar las herramientas digitales como Redes Sociales y Google Analytics. Estas herramientas van evolucionando continuamente, por lo que es necesario mantenerlas actualizadas en las plataformas institucionales. Las métricas reales de cuantas personas visitan los sitios web y las tasas de rebote son necesarias para la toma de decisiones. Las empresas deben actualizar la información respecto a leads alcanzados así como necesidades de la comunidad respecto a conocimientos. Es importante analizar y realizar nuevas estrategias digitales de acuerdo al entorno y el tiempo en que se las va a aplicar para lograr una adecuada tasa de conversión que genere ingresos para Rodio.

BIBLIOGRAFÍA

Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. (2014). *Educación digital y cultura de la innovación*. Madrid: Gráficas Arias Montano, S.A. .

Sevilla, H., Tarasow, F., & Luna, M. (2017). *Educación en la era digital*. Obtenido de Docencia, tecnología y aprendizaje: http://www.pent.org.ar/extras/micrositios/libro-educar/educar_en_la_era_digital.pdf

Gros, B. (2011). *Evolución y retos de la educación virtual*. Barcelona: UOC.

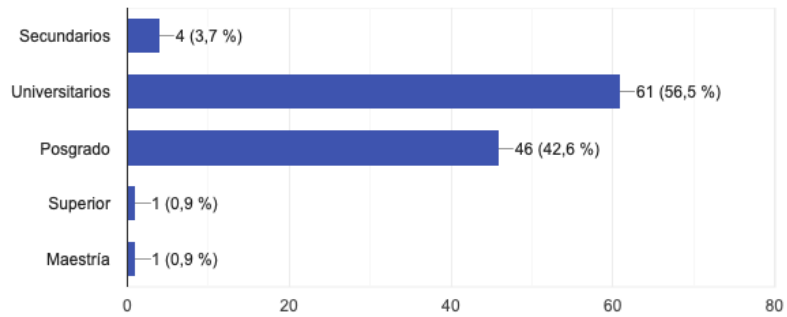
Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing 11e*. 2011: México.

ANEXOS
ANEXO 1
ENCUESTA ON LINE



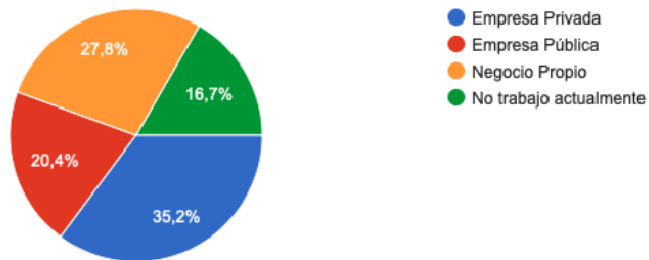
3. Nivel de estudios

108 respuestas



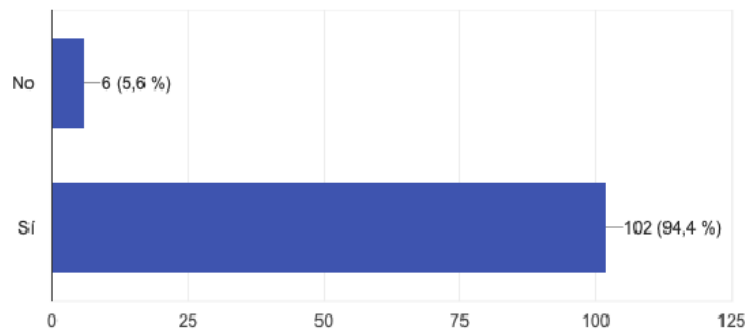
4. Trabajo actual

108 respuestas



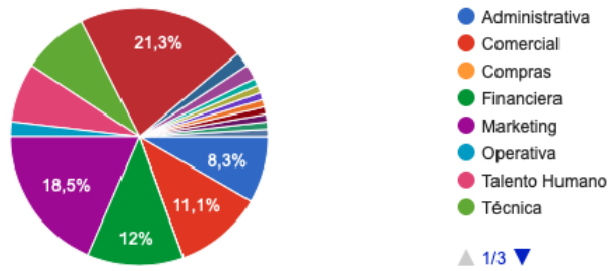
5. Existen cursos especializados on line para tu desarrollo personal y profesional ¿estaría interesado (a)?

108 respuestas



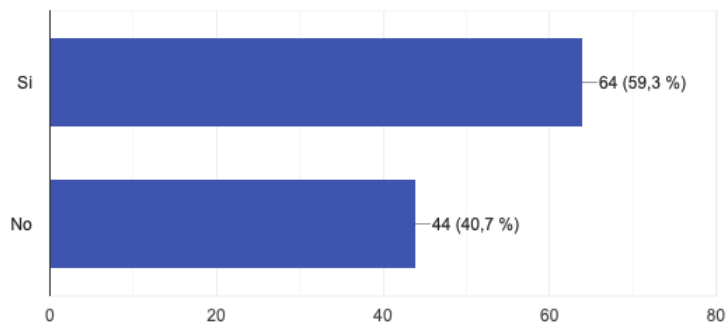
6. En que áreas te gustaría mejorar y reforzar tus conocimientos ?

108 respuestas



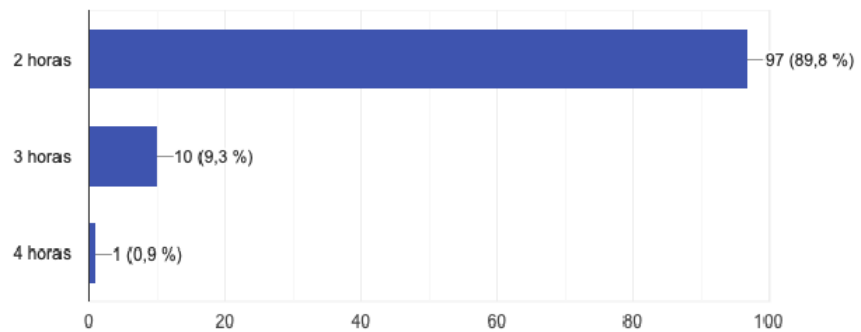
7. ¿Te gustaría aprender sobre algún software o sistema informático específico?

108 respuestas



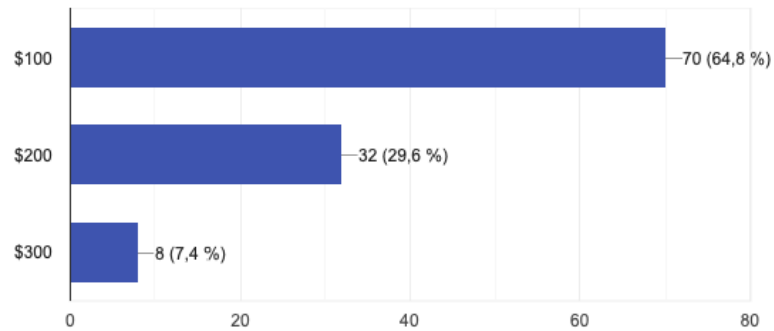
8. ¿Que tiempo diario estarías dispuesto a invertir en tu aprendizaje ?

108 respuestas



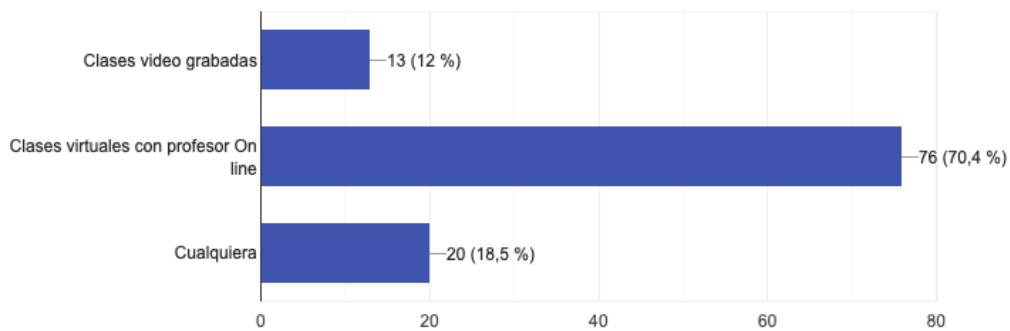
9 ¿Que rango de precio estarías dispuesto a invertir en tu curso, considerando que el curso tiene certificado con aval universitario?

108 respuestas



10. Prefieres

108 respuestas



De acuerdo a los resultados de la encuesta on line dirigida a 108 personas, se determina que el 35,2% trabaja en empresa privada, el 27,8% tiene negocio propio, el 20,4% trabaja en empresa pública y el 16,7 no trabaja. De acuerdo a estas actividades económicas, se denota un interés del 94,4% de tomar cursos especializados on line. Las áreas de mayor interés son la Administrativa, Marketing, Talento Humano, Financiera y Comercial. El tiempo dispuesto a invertir en el aprendizaje virtual es de 2 horas diarias con un precio entre \$100 y \$200.

En este sentido, la propuesta del presente trabajo, aporta al proyecto de Rodio para atender a la demanda de personas que quieren capacitarse de manera virtual con cursos especializados de mayor interés.

Trabajo Final Proaño Andres

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%

INDICE DE SIMILITUD

5%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

es.scribd.com

Fuente de Internet

2%

2

repositorio.ucsg.edu.ec

Fuente de Internet

1%

3

Submitted to Universidad Catolica de Oriente

Trabajo del estudiante

1%

4

docs.google.com

Fuente de Internet

1%

5

mafiadoc.com

Fuente de Internet

1%

6

repositorio.uta.edu.ec

Fuente de Internet

1%

**Angelo
Geovanny
Mendoza
Varela**

Formato digitalizado por Angelo
Geovanny Mendoza Varela
DNI: con/Angelo Geovanny
Mendoza Varela gmvarela@uta.edu.ec
+Ecuador +EC +Universidad
Tecnologica Integral sur-Occidente
Tecnologías
amvmendoza@uta.edu.ec
Mendoza Geovanny gmvarela@uta.edu.ec
Universidad
Fecha: 2021-09-21 10:47:08:00

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo