

Resumen

Al analizar la problemática del bajo número de nuevos alumnos matriculados en el Instituto Tecnológico Tarija, gestión 2022, se ha propuesto como alternativa de solución el diseño de una estrategia de marketing que socialice el plan de estudios entre los prospectos que aspiren a estudiar en el Instituto Tecnológico Tarija. En este sentido, se ha determinado encarar una investigación, que contemple los siguientes aspectos:

La formulación del **objetivo general**, con la finalidad de establecer el proceso guía para alcanzar el incremento de nuevos alumnos.

Complementariamente, formular los **objetivos específicos** para coadyuvar a la consecución del objetivo mayor, mediante la descripción del proceso de planeación de la estrategia de marketing; el planteamiento de la estructura base del marketing mix y finalmente la realización operativa de la propuesta de estrategia de marketing.

En lo concerniente a la metodología de investigación se determinó realizar un estudio hipotético, deductivo, cuantitativo y no experimental. El tipo de estudio es **descriptivo**.

Respecto a las técnicas de recopilación, se usó la técnica de la encuesta y su herramienta el cuestionario para recabar información.

Finalizada la tarea de investigación relacionada con la estrategia de marketing, se concluye aseverando que la opinión de los potenciales nuevos alumnos, con referencia al tema propuesto para diseñar una estrategia de marketing es positiva, habiéndose logrado la aceptación de la presente iniciativa académica.

Respecto al trabajo de campo, los datos obtenidos en la investigación de mercado, destacan la necesidad de utilizar nuevas tecnologías en el proceso de transmisión de planes de estudio y servicios académicos en el Instituto Tecnológico Tarija. En el aspecto de las implicaciones de la investigación, se encontró que el público beneficiario (potenciales alumnos para el Instituto Tecnológico Tarija), están familiarizado con las nuevas tecnologías y las redes sociales, por lo tanto es factible realizar productos publicitarios y promocionales de características innovadoras, que se apliquen al proceso de captación de

nuevo alumnado, para superar satisfactoriamente la baja afluencia de bachilleres que pretenden o aspiran estudiar en el Instituto Tecnológico Tarija.

Abstract

When analyzing the problem of the low number of new students enrolled in the Tarija Technological Institute, management 2022, the implementation of a marketing strategy that socializes the curriculum among the prospects who aspire to study at the Institute has been proposed as an alternative solution. Technological Tarija. In this sense, it has been determined to face an investigation, which contemplates the following aspects: The formulation of the general objective, in order to establish the guiding process to achieve the increase in new students. Complementarily, formulate the specific objectives to contribute to the achievement of the greater objective, by means of the description of the planning process of the marketing strategy; the approach of the basic structure of the marketing mix and finally the operative realization of the marketing strategy proposal. Regarding the research methodology, it was determined to carry out a hypothetical, deductive, quantitative and non-experimental study. The type of study is descriptive. Regarding the collection techniques, the written survey technique and its tool, the questionnaire, were used to collect information. After completing the research task related to the marketing strategy, it is concluded that the opinion of the potential new students, with reference to the proposed topic to implement a marketing strategy, is positive, having achieved the acceptance of this academic initiative. Regarding the field work, the data obtained in the research highlight the need to use new technologies in the process of transmitting study plans and academic services at the Tarija Technological Institute. In the aspect of the implications of the investigation, it was found that the beneficiary public (potential students for the Tarija Technological Institute), are familiar with new technologies and social networks, therefore it is feasible to carry out advertising and promotional products with innovative characteristics. , which are applied to the process of attracting new students, to successfully overcome the low influx of high school graduates who intend or aspire to study at the Tarija Technological Institute.