PROPUESTA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA PROGRAMAS DE DOCTORADO

Estimado (a) postulante al programa de Doctorado en comunicación Social, nos gustaría que redacte su potencial propuesta de proyecto de investigación contestando lo siguiente:

1. **Propuesta de investigación que desarrollará durante los estudios de Doctorado (redáctela en no más de 150 palabras):**

La investigación que se pretende realizar, para lograr obtener el grado de doctor (a) en Comunicación Social, se orienta a describir la percepción de los seguidores de los contenidos digitales (marketing de contenidos) difundidos a través de las redes sociales oficiales de una universidad privada de Trujillo, ello con la intención de elaborar un plan de gestión de contenidos, que permita a la institución retener y fidelizar a sus clientes actuales y potenciales.

Los actuales mercados en los que se desenvuelven las organizaciones se caracterizar por ser dinámicos y altamente competitivos, y en el que el único rasgo invariable es el cambio. Las universidades no están exentas de ello y su preocupación permanente es la retención de clientes, aspecto que no se debe dejar de lado para mantener el éxito en el mediano y largo plazos. El marketing de contenidos surge como una excelente alternativa para construir una comunidad leal alrededor de una marca o institución, según expresa Handley (2012).

El estudio que se pretende desarrollar será de tipo no experimental, diseño descriptivo y corte transversal. El enfoque será mixto y a través de una encuesta y entrevistas aplicadas a una muestra representativa de estudiantes permitirá determinar los aspectos predominantes del marketing de contenidos que atraerían prospectos y fidelizarían a los estudiantes de la universidad.

2. **Justificación de su propuesta investigación (redáctela en no más de 50 palabras):**

Los resultados que se obtengan con el estudio servirán de orientación e información valiosa para la ejecución del marketing de contenidos que permitirá mayor atracción y lealtad de su principal público objetivo, sino también servirán como modelo y guía de trabajo a otras instituciones de educación superior del medio para su consideración en la planificación de sus contenidos y la implementación de acciones concretas.

La investigación es relevante porque son escasos los estudios que permiten conocer las acciones que se deben seguir para un correcto manejo de marketing de contenidos en redes sociales, que buscará no sólo lograr un mayor interés y satisfacción con la comunicación digital, sino también una orientación para la planificación y tomar mejores decisiones que, finalmente, ayudarán a tener una relación e interacción entre universidad y estudiantes que favorezca a los objetivos institucionales.

Av. América Sur 3145 Monserrate Trujillo – Perú
Telf: (+51) (044) 604444 anexo 2369
Fax: 282900

3. El problema de investigación o interrogante

¿Cuáles deben ser los ejes estratégicos de un plan de marketing de contenidos en redes sociales, según la percepción de los estudiantes, que permitan a una universidad privada de Trujillo fidelizarlos, 2026?

4. El objetivo principal del estudio por realizar:

Determinar los ejes de un plan de marketing de contenidos en redes sociales, según la percepción de los estudiantes, que permitan a una universidad privada de Trujillo fidelizarlos.

5. Ámbito de la investigación (¿dónde se realizará el estudio

Ciudad: Trujillo

Organización: universidad privada

Población del estudio: estudiantes matriculados año 2026

Escuela de Posgrado
Universidad Privada Antenor Orrego