

**TECNOLÓGICO DE COSTA RICA
ESCUELA DE EDUCACIÓN TÉCNICA**



Trabajo final de graduación

Elaboración de una propuesta curricular para implementar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al sub-área Gestión Empresarial, del nivel de undécimo año, al programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Educación Técnica secundaria en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno en el año 2019.

para optar por el título de Educación Técnica
con el grado académico de Licenciatura

Estudiante

Ana María Zeledón Soto 2019650039.

Cartago, Costa Rica

2019.

Dedicatoria

Le dedico este esfuerzo y resultado académico, primeramente, a Dios, a mi esposo, mi hijo Mateo, y al bebe que viene de camino, además a mi padre y mi madre, mis hermanos, a todas las personas que siempre me están apoyando.

Agradecimiento

Primero agradezco a Dios por permitirme terminar este proyecto, a mi familia por brindarme su apoyo, especialmente a mi esposo Mario y mi hijo Mateo, por toda su paciencia y ayuda, gracias por creer en mí.

Y a todas las personas que me acompañaron durante este proyecto, a los compañeros y compañeras que tuve durante esta licenciatura, de todos aprendí y me ayudaron a crecer como persona, a los profesores que siempre nos enriquecieron y colaboraron con sus conocimientos.

HOJA DE APROBACIÓN

Estudiante: Ana Zeledón Soto

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Comisión de Trabajos Finales de Graduación de la Escuela de Educación Técnica, como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Educación Técnica.

Ing. Hugo Navarro Serrano, M.Sc.
Director
Escuela de Educación Técnica




Ing. Marianela Gamboa
Tutor Proyecto



Ing. Juan Carlos Ortega
Lector

Máster Jeison Alfaro
Lector



Resumen

Lo que décadas atrás era impensable, se ha convertido en una pieza clave para la economía, la educación, el desarrollo y la vida de gran parte de los habitantes, hace veintiséis años, Costa Rica logró conectar una computadora a internet, hoy, aproximadamente tres de cada cinco habitantes del país tiene acceso a este sistema, abriendo la puerta a la tecnología. En el ámbito económico se requiere estar conectado, porque la mayoría de la población tiene acceso a internet y las personas quieren hacer gestiones desde su teléfono o computadora para ahorrarse filas, trámites y tiempo. Por eso las empresas deben entender que todos sus productos y servicios deberían estar disponibles en internet.

La apertura del internet dio paso a la competitividad, con esto uno de los principales objetivos del mercadeo para las empresas, es utilizar sus sitios web y las redes sociales como canales fundamentales para promocionar sus productos o servicios y conectarse con su público objetivo.

El objetivo general de este trabajo de investigación, consiste en desarrollar una propuesta curricular para incorporar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Educación Técnica, porque la corriente tecnológica actual exige a las empresas contar con profesionales con habilidades y herramientas en esta área, y es una oportunidad para los estudiantes de esta especialidad poder obtener estas dentro de este técnico medio.

El estudio además permitió conocer los aspectos relevantes desde la perspectiva del docente que imparte y los estudiantes que cursan la especialidad de Secretariado Ejecutivo en el nivel de undécimo año, en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno, así obteniendo información relevante para indicar las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó.

Palabras claves:

Mercadeo Digital, Educación técnica, Secretariado Ejecutivo, especialidad.

Abstract

What decades ago was unthinkable, has become a key piece for the economy, education, development and life of many of the inhabitants, twenty-six years ago, Costa Rica managed to connect a computer to the Internet, today, approximately three of every five inhabitants of the country has access to this system, opening the door to technology.

The economic one needs to be connected because the majority of the population has access to the internet and people want to make arrangements from their phone or computer to save ranks, paperwork and time. That is why companies must understand that all their products and services should be available on the internet.

The opening of the internet gave way to competitiveness, with this one of the main objectives of marketing for companies, is to use their websites and social networks as fundamental channels to promote their products or services and connect with their target audience.

The general objective of this research work is to develop a curriculum proposal to incorporate the Digital Marketing study unit into the study program of the specialty of the Executive Secretariat in Technical Education, because the current technological current requires companies to have professionals with skills and tools in this area, and it is an opportunity for students of this specialty to be able to obtain these within this average technician.

The study also allowed to know the relevant aspects from the perspective of the teacher who teaches and the students who study the specialty of Executive Secretariat at the eleventh year level, in the Professional Technical Colleges of Puntarenas and Vocational Arts and Crafts of Cartago night, as well obtaining very relevant information to indicate the conclusions and recommendations reached.

Keywords:

Digital Marketing, Technical Education, Executive Secretariat, specialty.

Índice de Contenidos

| | |
|---|-----|
| Dedicatoria..... | i |
| Agradecimiento..... | ii |
| Hoja de aprobación | iii |
| Resumen..... | iv |
| Abstract..... | v |
| Índice de Contenidos | vi |
| Índice de Figuras..... | ix |
| Índice de Tablas | ix |
| CAPITULO I..... | 1 |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1. Introducción..... | 2 |
| 1.1. Descripción del problema..... | 2 |
| 1.2. Tema..... | 2 |
| 1.3. El problema y su importancia | 3 |
| 1.4. Justificación..... | 5 |
| 1.5. Objetivos | 7 |
| 1.6. Antecedentes teóricos..... | 8 |
| CAPITULO II..... | 15 |
| REFERENTE TEÓRICO | 15 |
| 2. Referente Teórico | 16 |
| 2.1. Origen y definiciones de Curricular. | 16 |
| 2.2. Currículo en Costa Rica. | 17 |
| 2.3. Programa de estudios. | 18 |
| 2.4. Educación Técnica. | 19 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.5. | Especialidad de Secretariado Ejecutivo. | 21 |
| 2.6. | Sub-área Gestión Empresarial de la Especialidad de Secretariado Ejecutivo.... | 25 |
| 2.7. | Nivel undécimo año a nivel de secundaria..... | 26 |
| 2.8. | Mercadeo Digital..... | 27 |
| 2.9. | Redes Sociales..... | 30 |
| CAPITULO III | | 33 |
| REFERENTE METODOLÓGICO | | 33 |
| 3. | Referente Metodológico | 34 |
| 3.1. | Enfoque | 34 |
| 3.2. | Tipo de Investigación | 35 |
| 3.3. | Contexto de la investigación | 35 |
| 3.4. | Sujetos o fuentes de información | 36 |
| 3.5. | Variables..... | 37 |
| 3.6. | Descripción de técnica de recolección de instrumentos..... | 39 |
| 3.7. | Procedimientos para el análisis de la información | 40 |
| 3.8. | Criterios éticos asumidos en el estudio | 40 |
| CAPÍTULO IV | | 41 |
| ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN | | 41 |
| 4. | Análisis de Resultados y Discusión..... | 42 |
| 4.1. | Análisis de Resultados y Discusión | 43 |
| CAPÍTULO V | | 63 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | 63 |
| 5. | Conclusiones y Recomendaciones | 64 |
| 5.1. | Conclusiones | 64 |
| 5.2. | Recomendaciones..... | 66 |

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO VI..... | 68 |
| PROPUESTA | 68 |
| 6. Propuesta | 69 |
| 6.1. Título de la propuesta..... | 69 |
| 6.2. Problema priorizado pretendido a solucionar en la propuesta | 69 |
| 6.3. Población beneficiaria | 69 |
| 6.4. Justificación del proyecto e importancia (respuesta a los principales hallazgos del estudio)..... | 69 |
| 6.5. Objetivos o propósitos de la propuesta metodológica..... | 70 |
| 6.6. Referente metodológico (descripción de la metodología de planificación, implementación de aplicar la propuesta o la descripción de su innovación). | 71 |
| 6.7. Presupuesto..... | 73 |
| 6.8. Evaluación (indicadores, instrumentos de valoración y rendición de cuentas).. | 73 |
| 6.9. Cronograma de ejecución por etapas o fases, según corresponda..... | 74 |
| CAPÍTULO VII..... | 75 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 75 |
| 7. Referencias Bibliográficas | 76 |
| ANEXOS | 78 |
| Anexos | 79 |
| Anexo 1: Entrevista elaborada para recolección de información de los estudiantes | 79 |
| Anexo 2: Encuesta elaborada para recolección de información de los estudiantes | 83 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Actividades que hacen los costarricenses mientras están usando su red social | 32 |
| Figura 2. Entrevista - Genero | 43 |
| Figura 3. Entrevista - Rango de edad | 44 |
| Figura 4. Entrevista - Experiencia docente..... | 45 |
| Figura 5. Entrevista - Redes Sociales | 46 |
| Figura 6. Entrevista - Conoce la categoría Producto / Servicio | 47 |
| Figura 7. Entrevista - Ha administrado la categoría Producto / Servicio | 48 |
| Figura 8. Encuesta - Institución en la cual estudia | 53 |
| Figura 9. Encuesta - Conoce qué son Redes Sociales | 54 |
| Figura 10. Encuesta - Conoce el alcance de las redes sociales en la actualidad | 55 |
| Figura 11. Encuesta - ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza actualmente?..... | 56 |
| Figura 12. Encuesta - Conoce que las redes sociales se pueden administrar desde la categoría de Producto/Servicio (Negocio) | 57 |
| Figura 13. Encuesta - Ha administrado alguna red social desde la categoría de Producto/Servicio (Negocio) | 58 |
| Figura 14. Encuesta - Conoce sobre el término del Mercadeo Digital..... | 59 |
| Figura 15. Encuesta - Considera que sería importante que existiera la unidad de Mercadeo Digital en el programa de estudio de la especialidad de Secretariado Ejecutivo | 61 |
| Figura 16. Encuesta - Considera que es valioso para usted conocer sobre estrategia de mercadeo digital y administración de redes sociales..... | 62 |

Índice de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Matrícula Inicial en la Educación Técnica Por cantidad de colegios y servicios, por Sexo, según Modalidad, año 2017..... | 19 |
| Tabla 2. Definiciones conceptuales, operaciones e instrumentos de las variables..... | 37 |

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1. Introducción

1.1. Descripción del problema

En el constante y acelerado desarrollo tecnológico, nace la necesidad de adaptación y evolución, y, es por esta razón, en respuesta a las necesidades de las nuevas corrientes de la comunicación y el manejo del mercado en el ámbito digital, es donde el Mercadeo Digital emerge para crear una nueva forma de comercialización, ante esto, surge la interrogante para esta investigación.

La necesidad de implementar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al sub-área Gestión Empresarial, al nivel de undécimo año, del programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo, para que los estudiantes desarrollen habilidades y destrezas en las estrategias digitales, en el técnico medio.

1.2. Tema

Elaboración de una propuesta curricular para implementar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al sub-área Gestión Empresarial, al nivel de undécimo año, del programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Educación Técnica secundaria en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno en el año 2019.

1.3. El problema y su importancia

En la actualidad en Costa Rica el Mercadeo Digital, es usado por las empresas públicas y privadas para mantenerse en la vanguardia de las tecnologías en la comercialización de sus productos y servicios.

Según el Séptimo Estudio de Uso de Redes Sociales en Centroamérica y el Caribe de iLifebelt, en el apartado de comercio digital, sobre los hábitos de consumo, compra digital y *marketing* del usuario de Redes Sociales, indica que la periodicidad de las compras por *e-commerce* o comercio electrónico, avanza con lentitud en la región, pero, si bien es cierto que más del 50% de los usuarios de Redes Sociales afirman que han comprado online y que de estos usuarios 36.1% son personas que con regular frecuencia (por lo menos una vez por mes) compran en medios digitales, aún hay una gran oportunidad con el 44% de personas que aún no se animan a comprar a través de la red, y que para el 2018 una tendencia clave será el posicionamiento de los innovadores que empujen la compra online en la población digital que está ávida de nuevas experiencias. (iLifebelt™, 2019)

Además, el estudio indica, que para el usuario de Redes Sociales no recibir respuestas en una interacción hacia una marca es como encontrar a un amigo, mirarlo a los ojos y ver que la otra persona evita saludar. Es casi como una ofensa personal y por otro lado el comportamiento más detestable más allá de la interacción social es la publicidad intrusiva (banners que cubren casi toda la pantalla) ya que 43.3% afirma que es lo que más detesta que hagan las marcas, es importante para las marcas saber que actualmente será más valiosa la calidad que la cantidad. (iLifebelt™, 2019)

Ante estos datos, se identifica que es vital para las empresas tener personas con los conocimientos necesarios para poder realizar estas funciones en las compañías, actualmente en Costa Rica, sobre el tema de titulación de Mercadeo Digital, según la página web Universidades.cr se puede obtener como el nivel más básico en el grado académico de un técnico, pero impartido por una universidad. (Universidades CR, 2019)

Debido a este análisis, se realiza la siguiente interrogante ¿será una necesidad el implementar en el programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo la unidad de Mercadeo Digital, para el nivel de especialización de técnico medio?, sería provechoso que los estudiantes de los Colegios Técnicos Profesionales públicos de Costa Rica, y específicamente, los de la especialidad de Secretariado Ejecutivo, tengan la posibilidad de implementar esta unidad de estudio.

Para los estudiantes de undécimo año que cursan la especialidad de Secretariado Ejecutivo ¿los aspectos importantes a incorporar en la unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa de estudios?, es que puedan desarrollar habilidades y herramientas para satisfacer esas necesidades de las empresas modernas requieren.

Y ¿cuáles contenidos de estudio podrían obtener los estudiantes a nivel de aprendizaje al incorporar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa de estudios de la especialidad?, contenidos específicos en el mercadeo digital, como lo es, analizar y proponer estrategia de mercadeo digital, el desarrollar estrategias para redes sociales como parte de una estrategia digital, habilidades para realizar informes y el diseño de medición de redes sociales, diseñar contenidos interactivos para las redes sociales y los diferentes elementos necesarios para un buen posicionamiento en la red, aumento de tráfico y conversión de clientes, ejecutar un plan de Mercadeo Digital fundamentado en un diagnóstico del entorno de negocio en digital.

¿Porque proponer implementar la unidad de estudios de Mercadeo digital en el nivel de undécimo año?, como una actualización al programa presente, en la unidad de Mercadeo (tradicional) para que este sea más acorde al mercado laboral actual.

Otra de las interrogantes es: ¿podrían tener nuevas oportunidades laborales los estudiantes de la especialidad en Secretariado Ejecutivo, con la incorporación de la unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa de estudios?, esto les abriría a los estudiantes nuevas oportunidades laborales, ya que podrían ejecutar un puesto de trabajo, como administrador

de redes sociales, y sería un plus en la ejecución de las funciones del puesto de Secretariado Ejecutivo.

1.4. Justificación

En el pasado la técnica del Mercadeo tradicional era suficiente para comercializar los productos y servicios, pero en el presente es innegable el crecimiento de los sistemas de acceso y tecnología, es por esta razón que nace el Mercadeo Digital para satisfacer todas las nuevas tendencias del desarrollo tecnológico.

Las técnicas de comercialización deben cambiar su paradigma, si antes los distribuidores, los medios, y los productores eran los que tenían el poder de la opinión, ahora el foco debe cambiar al usuario, este es capaz de buscar aquello que quiere gracias al poder de *los search engines* (Google, Yahoo, Bing, etc.), y no sólo preguntar a los medios dados si su decisión es correcta, también tienen la posibilidad de leer reseñas, comentarios y puntuaciones de otros usuarios.

Entonces, ¿qué es el Mercadeo Digital?, es una aplicación de las estrategias de comercialización, llevadas a cabo en los medios digitales, todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes sociales que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas. (Marketing Digital, 2019)

Estas estrategias digitales son implementadas por las empresas públicas y privadas en Costa Rica, y es por esta razón, que se vuelve vital contar con profesionales que desarrollen estas habilidades, siendo la educación técnica secundaria, una alternativa de formación integral, para aquellas personas que desean incorporarse al campo laboral, proporcionando igualdad de oportunidades en términos de acceso equitativo y no discriminatorio, pues ofrece diversas especialidades en los diferentes Colegios Técnicos Profesionales del país, con la oferta de la Educación Técnica, buscando brindar la oportunidad de preparar a estos estudiantes de la

especialidad de Secretariado Ejecutivo con las habilidades requeridas para satisfacer estas ocupaciones de las empresas públicas y privadas del país.

Ante esto, se realizará como trabajo de investigación la elaboración de una propuesta curricular para implementar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa de estudio de la especialidad de Secretariado Ejecutivo, en el cual se identificarán aspectos relevantes desde la perspectiva del docente y los estudiantes en el nivel de undécimo año, en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno.

1.5. Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar una propuesta curricular para incorporar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al sub-área Gestión Empresarial, al nivel de undécimo año del programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Educación Técnica.

Objetivos Específicos:

1. Identificar aspectos relevantes desde la perspectiva del docente que imparte y los estudiantes que cursan la especialidad de Secretariado Ejecutivo en el nivel de undécimo año, en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno.
2. Interpretar los resultados obtenidos con los instrumentos de recolección de información aplicados a los docentes y los Estudiantes, de los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno.
3. Elaborar una propuesta curricular para incorporar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al sub-área Gestión Empresarial, del nivel de undécimo año, del programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo.

1.6. Antecedentes teóricos

En esta investigación se estudia dos contextos, los cuales son el Colegio Técnico Profesional Puntarenas y el Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago Nocturno.

A continuación, algunos aspectos relevantes de las instituciones educativas colaboradoras de esta propuesta.

Colegio Técnico Profesional Puntarenas

El Colegio Técnico Profesional Puntarenas (CTP Puntarenas), su ubica en la provincia de Puntarenas, en el cantón de Puntarenas, distrito de Barranca.

Historia

Historia del CTP de Puntarenas, en 1967 se propone la moción durante una de las sesiones municipales de ceder parte de la finca el Socorrito al Ministerio de Educación Pública con el fin de crear una Institución Educativa de carácter técnico. Se redacta el proyecto de ley para la Asamblea Legislativa y es aprobado el 5 de enero de 1968, en la ley N° 4062. Sin embargo, la construcción debería de hacerse en un plazo de cuatro años o el terreno pasaría de nuevo a ser propiedad municipal. Según la ley anterior el establecimiento educativo tendría que impartir básicamente una educación profesional según los planes y programas que le señalará el Consejo Superior de Educación. (Dirección Regional de Educación Puntarenas, 2019)

El primer director debió dirigir la Institución en condiciones algo incómodas debido a que estaban las aulas aún sin terminar y no se contaba con el equipo y maquinaria necesaria. Los talleres Refrigeración y Mecánica Agrícola (hoy Mecánica Automotriz) estaban casi vacíos y las áreas de Secretariado Comercial y Contabilidad tampoco disponían de máquinas de escribir, sumadoras y otros implementos. La biblioteca casi no tenía ejemplares y la soda no funcionaba aún. La Dirección se debía improvisar en aulas y algunas lecciones se impartían al aire libre. Sin embargo, a pesar de tantos inconvenientes, el señor director vio en 1976 los

primeros frutos del Colegio: se graduaron 62 alumnos de las distintas especialidades. 1978 se abrió la especialidad de Mecánica de Precisión. Con la colaboración del Gobierno de España y del movimiento cooperativo se logra equipar el taller de éstas especialidades. Los estudiantes deciden ingresar por las oportunidades que le brinda pues además del bachillerato se obtiene el título de Técnico Medio en cualquiera de las especialidades con que cuenta la institución.

En los años 90 se dan muchos adelantos ya el colegio conto con avanzados proyectos como lo era EDUMUJER, que favoreció a las especialidades del área comercial. El convenio AUSTRIA -COSTA RICA, que equipó y capacitó a las especialidades del área industrial. El convenio DINAMARCA-COSTA RICA que permite fortalecer las debilidades en infraestructura que tenía la institución en ese momento. A partir de 1995 la ley 7372 del superávit del INA, contribuye con el desarrollo de proceso enseñanza aprendizaje de manera significativa inyectando recursos de acuerdo a las necesidades prioritarias de cada una de las especialidades existentes en su momento. (Dirección Regional de Educación Puntarenas, 2019)

En el curso lectivo 1998 se efectúan las gestiones necesarias para la apertura de una nueva especialidad del área industrial cuyo nombre es electrónica, debido a la gran demanda de este tipo de profesionales que tiene nuestra provincia especialmente por la Zona Franca Puntarenense, quienes a través de un convenio firmado con las instituciones de formación profesional de la provincia han solicitado este tipo de profesionales en todos los niveles, como la más necesaria y urgente en el presente y con tendencias a aumentar corto y mediano plazo. Se planea a mediano plazo poder implementar otras especialidades de acuerdo a la capacidad del colegio, a las demandas de la población y del sector empresarial de la zona y del país en general. Los convenios mencionados anteriormente hacen del Colegio una institución cada día más atractiva al proporcionar una enseñanza al joven con los mayores avances tecnológicos preparándolos para el mundo cambiante en que vivimos, ayudando al progreso de Puntarenas y del país en general. (Dirección Regional de Educación Puntarenas, 2019)

Especialidades impartidas:

Modalidad Comercial y Servicios

Administración y Operación Aduanera.

Contabilidad

Ejecutivo para Centros de Servicio.

Secretariado Ejecutivo.

Informática en Redes

Modalidad Industrial

Electrónica en Telecomunicaciones.

Electrónica Industrial.

Mecánica de Precisión.

Automotriz.

Diseño Publicitario.

Refrigeración y Aires Acondicionados

(CTP Puntarenas, 2019)

Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago Nocturno

El Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago Nocturno (COVAO Nocturno), se ubica en la provincia de Cartago, en el cantón Cartago, distrito de Nicolás.

Historia

Orígenes Institucionales: (1874-1907)

En 1874 el Padre Joaquín Alvarado Ruiz con el consentimiento de su hermana Joaquina Alvarado Ruiz manifiestan ante la Municipalidad del Cantón Central de la provincia de Cartago, su interés de construir un Hospicio de Huérfanos, con el fin de aliviar en parte los problemas sociales que por entonces se vivía en nuestra provincia.

En 1879, el 05 de diciembre, la Municipalidad, en sesión extraordinaria, acepta la donación de una finca de los hermanos Alvarado Ruiz, ubicada en Birrís y valorada en diez mil colones, cuya escritura es otorgada en abril de 1880. En esta oportunidad se establecen las condiciones de la donación.

En 1888 el Padre Alvarado manifiesta como condición adicional, que en el Hospicio se enseñe a los huérfanos la doctrina cristiana y un oficio, creándose de esta manera, las bases de la educación técnica del país. (COVAO Nocturno, 2019)

En 1902, el 19 de junio, surge otra iniciativa para crear un Hospicio de Huérfanos en la provincia de Cartago, por parte de doña Dolores Jiménez Zamora viuda de Sancho quien hace entrega de la fortuna que heredó de su hija Eleusteria Sancho Jiménez para cumplir su voluntad en favor de la creación del Hospicio de Huérfanos. (COVAO Nocturno, 2019)

En 1904, gracias al aporte financiero de la familia Jiménez se logra terminar la construcción del edificio en el Barrio del Molino de Cartago. En 1905 abre sus puertas el Hospicio de Huérfanos de Cartago, bajo la administración de una Junta de Gobierno conjunta, concretándose la fusión de la Institución creada por doña Dolores Jiménez. Se nombró como presidente al Doctor Francisco Jiménez Oreamuno.

Desde el principio se encuentra con el problema de la falta de personal capacitado que impartiera los cursos, razón por la cual, el señor Jiménez inicia contactos con la Congregación Salesiana para que se hiciera cargo del Hospicio, dada su gran experiencia en la enseñanza de artes y oficios. (COVAO Nocturno, 2019)

El Período Salesiano: (1907-1953)

En 1907 ingresa al país la Congregación Salesiana, con algunas dificultades debido a las corrientes liberales anticlericales de la época. El 1º de agosto se abren los primeros talleres de carpintería, herrería, sastrería, zapatería y agricultura.

El 23 de diciembre de 1908, se firma el primer contrato entre la Junta Administrativa y la Congregación Salesiana el cual tendría una vigencia de nueve años.

En 1910, a raíz del terremoto de Cartago, el edificio quedó parcialmente destruido. Los Salesianos con los huérfanos se trasladan a Heredia por algunos meses, mientras se llevan a cabo los trabajos de reconstrucción, con carácter de restauración.

En 1917 se firma el segundo contrato el cual es relevante porque por primera vez en el país se imparte la enseñanza de la tipografía.

En 1930 al firmar el último contrato, la Institución cambia de nombre adoptando el de Escuelas Profesionales Salesianas. (COVAO Nocturno, 2019)

El COVAO (1953-1977)

En 1953 la Institución vuelve a ser administrada por una Junta de Gobierno y cambia nuevamente el nombre por Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago; para ese entonces se imparten las especialidades de Ebanistería, Mecánica Automotriz, Mecánica de Precisión y Tipografía.

En 1970 el Congreso declara de interés nacional el funcionamiento del COVAO como parte del Hospicio de Huérfanos de Cartago. El Estado asume el pago del personal docente y administrativo; aliviando los problemas económicos por los que atravesaba. En este año se abre el área comercial al establecerse la carrera de Secretariado.

En 1971 se inicia la carrera de Contabilidad e inicia sus funciones este mismo año la sección del COVAO nocturna, Mecánica de Precisión, Secretariado.

En 1972, tiene apertura la especialidad de Artes Gráficas anteriormente conocida como litografía.

A medio periodo de 1977 y gracias al Contrato Ministerio de Educación Pública – Banco Interamericano de Desarrollo, el colegio se traslada a sus nuevas instalaciones en la Finca La Pólvora en el Distrito cuarto San Nicolás del cantón Central de Cartago. De esta manera

quedan atrás 70 años de vivencia en el antiguo edificio del Molino que se encontraba que para entonces la infraestructura era insuficiente ante los nuevos retos de la Educación Técnica. (COVAO Nocturno, 2019)

COVAO Nocturno

Durante el año 1971 el Consejo Superior de Educación autorizó al COVAO a impartir cursos nocturnos en materias y especialidades profesionales a bachilleres, estableciendo así la sección nocturna con el objetivo de brindar oportunidad de enseñanza a todos los jóvenes interesados en el aprendizaje técnico – profesional.(Artículo primero 23 de febrero de 1971, en la sesión 90-71, Acta 30-71) (COVAO Nocturno, 2019)

En marzo de 1971, la sección nocturna del COVAO da inicio al curso lectivo con las carreras de Mecánica de Precisión y Secretariado Comercial, para 1972 se incorpora la especialidad de Contabilidad y finanzas, en 1973 se incluye Mecánica Automotriz y Dibujo Técnico, esta última especialidad se replantea poco después como Dibujo Arquitectónico. En 1979 se inicia con la especialidad de Diseño Publicitario y en 1991 se ofrece la carrera de Electrónica General.

En 1993, la sección nocturna del COVAO adquiere el status de colegio, denominado Colegio Vocacional de Artes y Oficios Nocturno de Cartago. En la oferta educativa 2002 se incorpora la especialidad de Mantenimiento Industrial, resultado de los estudios realizados en el sector empresarial. Para el curso lectivo del 2006, se abre la carrera de Ejecutivo de Centros de Servicio. (COVAO Nocturno, 2019)

Especialidades impartidas:

Modalidad Comercial y Servicios

Banca y Finanzas

Contabilidad y Finanzas

Ejecutivo de Centro de Servicios

Accounting

Secretariado Ejecutivo

Modalidad Industrial

Automotriz

Dibujo Arquitectónico

Electrónica Industrial

Electrónica en Telecomunicaciones

Electrónica en Mantenimiento de Equipo de Computo

Mecánica de Precisión

Mantenimiento Industrial

Diseño Publicitario

(COVAO Nocturno, 2019)

CAPITULO II

REFERENTE TEÓRICO

2. Referente Teórico

Este apartado proporcionará al lector una idea más clara acerca del tema de investigación, se encontrarán aspectos de los básicos, los complementarios a los más específicos.

Lo considerado en este capítulo conjunta temas acerca del currículo, la educación técnica, la especialidad de Secretariado Ejecutivo, el Mercadeo Digital y las redes sociales, estas como vínculo de los temas importantes de la investigación.

2.1. Origen y definiciones de Curricular.

Según el diccionario de la Real Academia Española, Curricular significa, Pertenece o relativo al currículo o a un currículo.

Según Zaida Molina Bogantes, en su libro Fundamentos del Currículo, indica cómo currículo, es la propuesta concreta que incluye una serie de experiencias previstas para hacer realidad o materializar esas intencionalidades (Molina Bogantes, 2017)

El origen de la Palabra Currículo nace de la cultura Americana, en los Estados Unidos, se precisa y usa el término currículo en un "sentido moderno" mediante la obra *The Curriculum* de Franklin Bobbit en 1918, y cita "*Currículum*" como, *es aquella serie de cosas que los niños y jóvenes deben hacer y experimentar, a fin de desarrollar sus habilidades que los capaciten para decidir asuntos de la vida adulta*" (Bobbit, 1918).

Además, se encuentra otra definición de currículo de Bolaños y Molina en su libro *Introducción al Currículo* que se ajusta al enfoque de la investigación,

"El currículo está constituido por las experiencias de aprendizaje que vive el alumno dentro o fuera del ámbito escolar, bajo la orientación y motivación del docente. Esas experiencias pretenden alcanzar los fines y objetivos de la educación y pueden ser programadas o

emerger durante el desarrollo cotidiano del proceso educativo, debido a la constante interacción escuela-comunidad.

En el desarrollo de estas experiencias inciden: las relaciones escuela comunidad, la legislación vigente, los planes y programas de estudio, la metodología, los recursos, el ambiente escolar y los actores (alumno, docentes, padres y otros miembros de la comunidad): elementos que interactúan dentro de un contexto social-cultural determinado” (Bolaños y Molina, 1990).

2.2. Currículo en Costa Rica.

El Ministerio de Educación Pública como ente encargado de la Educación en Costa Rica, creó en el 2015 el documento Transformación curricular: fundamentos conceptuales en el marco de la visión “Educar para una Nueva Ciudadanía”, es la propuesta innovadora de pensar la educación que requiere una nueva ciudadanía para el siglo XXI se basa en los derechos humanos, considerando además la necesidad de asumir deberes ciudadanos. (MEP, 2015)

Este enfoque está compuesto por habilidades las cuales están integradas por cuatro dimensiones, las cuales son, Formas de pensar, Formas de vivir en el mundo, Formas de relacionarse con otros, Herramientas para integrarse al mundo.

Las dimensiones y las habilidades forman parte de un conjunto en la transformación propuesta para una nueva ciudadanía. Para cada habilidad, se han establecido una serie de indicadores, mediante los cuales es posible determinar cómo se va desarrollando el proceso educativo en cada estudiante. Se reconoce que cada estudiante es un ser humano altamente diverso que requiere condiciones propuestas y desarrolladas en la mediación pedagógica por parte de su docente, para estimular el saber, el hacer y el ser de cada estudiante, en el contexto en donde habita (vivir juntos) y con el acompañamiento de una evaluación continua que permita determinar los alcances de lo esperado en cada etapa del proceso educativo. Se integran, por Educar para una Nueva Ciudadanía 29 lo tanto, en el desarrollo de las propuestas educativas,

los saberes a través de las habilidades propuestas: Ser, Hacer, Conocer y Vivir juntos (MEP, 2015)

2.3. Programa de estudios.

Un programa de estudio es un auxiliar donde se detallan y organizan las actividades de enseñanza-aprendizaje, en relación con los objetivos generales, terminales o de unidad; en la actualidad también se hace énfasis en el perfil del egresado (Meza, 2012)

Los programas de estudio en la Educación Técnica, se dividen en tres modalidades, los cuales son Agropecuaria, Industrial y Comercial – Servicios, y estas se divide en los programas de los tres niveles, que son: décimo, undécimo y duodécimo (MEP, 2008).

La estructura de un programa de estudios puede estar compuesto por los siguientes apartados,

- La Transversalidad en los Programas de Estudio
- Fundamentación
- Justificación
- Orientaciones Generales para la Labor Docente
- Lineamientos Generales para la Evaluación
- Planeamiento Pedagógico del Docente
- Perfil Profesional
- Perfil Ocupacional
- Descripción de la especialidad
- Objetivos Generales de la Especialidad
- Estructura Curricular
- Malla Curricular
- Mapa Curricular
- Bibliografía
- Anexos

(MEP, 2008)

2.4. Educación Técnica.

Educación Técnica, “es un sub-sistema del Sistema Educativo formal. Se ofrece a quienes deseen obtener formación en carreras profesionales de grado medio, según lo establece la Ley Fundamental de la Educación, vigente desde 1958. Es parte de la educación general que se imparte en los Colegios Técnicos Profesionales del país” (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), 1997)

La Educación Técnica tienen 222 colegios y servicios en el 2017, la mayoría son colegios técnicos profesionales y se complementan con las secciones nocturnas. Las modalidades y especialidades que se ofrecen en estos servicios reflejan la dinámica de la producción nacional, de tal forma en el 99% de estos servicios se brinda la modalidad de Comercial y de Servicios, en un 63% se dan especialidades de la modalidad Industrial, y en solo un 21% se ofrece la modalidad Agropecuaria, tal como se muestra en la tabla 1. (MEP, 2017)

Tabla 1. Matrícula Inicial en la Educación Técnica Por cantidad de colegios y servicios, por Sexo, según Modalidad, año 2017

| Modalidad | Cantidad de colegios y servicios | Matrícula total | Mujeres | Hombres |
|---------------------------------|---|------------------------|----------------|----------------|
| Cifras Absolutas | | | | |
| Comercial y de Servicios | 220 | 38,797 | 23,517 | 15,280 |
| Industrial | 139 | 11,569 | 4,627 | 6,942 |
| Agropecuaria | 46 | 3,289 | 1,408 | 1,881 |
| Total | | 53,655 | 29,552 | 24,103 |
| Cifras relativas | | | | |
| Comercial y de Servicios | 99.1 | 72.3 | 79.6 | 63.4 |
| Industrial | 62.6 | 21.6 | 15.7 | 28.8 |
| Agropecuaria | 20.7 | 6.1 | 4.8 | 7.8 |
| Total | | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Fuente: Departamento de Análisis Estadístico, MEP (MEP, 2017)

En atención a las demandas de los tres sectores básicos de la economía, la Educación Técnica está conformada por tres modalidades: Modalidad Agropecuaria, Modalidad Industrial y Modalidad Comercial y Servicios.

En cada modalidad se atienden diversas especialidades, las cuales se imparten en los Colegios Técnicos Profesionales, actualmente en la modalidad de Agropecuario se imparten siete especialidades, en la modalidad Industrial se imparten veintidós especialidades, y en la modalidad Comercial y Servicios se imparten veintinueve especialidades (MEP, 2019).

Las especialidades de la modalidad de comercial y servicios, se componen por:

| | |
|--|------------------------|
| - Accounting | Ciencias Económicas |
| - Administración y Operación Aduanera | |
| - Banca y Finanzas | |
| - Contabilidad | |
| - Contabilidad y Auditoria | |
| - Contabilidad y Costos | |
| - Contabilidad y Finanzas | |
| - Ejecutivo para Centros de Servicios | Ejecutivo para centros |
| - Executive Service Center | de servicios |
| - Diseño y Desarrollo Digital | Tecnologías de la |
| - Informática en Desarrollo de Software | informática |
| - Informática Empresarial | |
| - Informática en Redes de computadoras | |
| - Informática en Soporte | |
| - Information Technology Support | |
| - Computer Networking | |
| - Computer Science in Software Development | |
| - Salud Ocupacional | Salud ocupacional |
| - Secretariado Ejecutivo | Secretariados |
| - Bilingual Secretary | |

-
- | | |
|---|---------|
| - Turismo en Alimentos y Bebidas | Turismo |
| - Turismo Ecológico | |
| - Turismo en Hotelería y Eventos Especiales | |
| - Turismo Rural | |
| - Turismo Costero * | |
-

(MEP, 2017)

Para obtener el título de Técnico en el nivel medio en las especialidades técnicas, los estudiantes deben cumplir con lo establecido en el Reglamento de Requisitos de Graduación, que indica lo siguiente:

- Haber cursado el plan de estudios de Educación Diversificada, en la especialidad correspondiente.
- Haber aprobado todas las sub-áreas del área tecnológica del duodécimo año, en la especialidad y modalidad correspondiente.
- Realizar una prueba comprensiva final, que incluye conocimientos teóricos de la especialidad, desarrollados durante los tres años de formación. (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), 1997)

2.5. Especialidad de Secretariado Ejecutivo.

Para el 2017 la matrícula inicial para la especialidad de Secretariado Ejecutivo en la Modalidad Comercial y de Servicios, fue de un total de 5,876 estudiantes.

(MEP, 2017)

La especialidad de Secretariado Ejecutivo, se encuentra en la modalidad de Comercial y de Servicios, con un diseño curricular bajo el modelo de educación basado en normas de competencia.

Competencias por desarrollar:

- Vivencia un estilo de vida que le permite, en forma crítica y reflexiva, mantener y mejorar la salud integral y la calidad de vida propia y la de los demás.
- Toma decisiones que favorecen su salud integral y la de quienes lo rodean, a partir del conocimiento de sí mismo y de los demás, así como del entorno en que se desenvuelve.
- Elige mediante un proceso de valoración crítica, los medios personales más adecuados para enfrentar las situaciones y factores protectores y de riesgo para la salud integral propia y la de los demás.
- Hace uso en forma responsable, crítica y participativa de los servicios disponibles en el sector salud, educación y en su comunidad, adquiriendo compromisos en beneficio de la calidad de los mismos. (MEP, 2008)

La especialidad de Secretariado Ejecutivo forma profesionales capaces de organizar y administrar una oficina a nivel gerencial, apoyo a la gestión de gerencias, jefaturas de departamentos, de áreas o de divisiones al interior de empresas e instituciones privadas, tanto nacionales como extranjeras, especializadas en el manejo productivo de las herramientas informáticas con el dominio del idioma Inglés, proactivas, capaces de tomar decisiones a nivel ejecutivo y que conozcan y se desenvuelvan dentro de la gestión de negocios (MEP, 2008)

Los beneficios de la especialidad se centran en tres aspectos medulares:

- Satisface un sector del mercado laboral
- Incluye tópicos nuevos como: *Quality Customer Service*
- El programa cuenta curricularmente con 160 horas de simulación empresarial, que facilita la operacionalización de los conocimientos que los alumnos han adquirido.

La especialidad consta de una estructura de cinco sub-áreas, las cuales son, *Conversational English*, Gestión Empresarial, Destrezas Computacionales, Comunicación Empresaria y Comunicación Empresarial y Administración de Documentos. (MEP, 2008)

Los estudiantes de la especialidad tienen un perfil de salida profesional para el técnico en el nivel medio, en el cual es:

1. Aplica los conocimientos y destrezas en la especialidad.
2. Utiliza al máximo los adelantos tecnológicos para el desarrollo de su labor.
3. Emplea terminología técnica de la especialidad en español y en un idioma universal.
4. Adapta los procesos técnicos de la especialidad a los recursos existentes.
5. Aplica las normas ocupacionales y éticas en el desarrollo de su profesión.
6. Fortalece costumbres, creencias y valores de la idiosincrasia costarricense.
7. Ejecuta con calidad, sus labores para el desarrollo socioeconómico del país.
8. Organiza, con excelencia, actividades propias de la especialidad.
9. Organiza el espacio físico, de acuerdo con los requerimientos de la especialidad.
10. Toma decisiones acertadas y oportunas en el proceso administrativo.
11. Trabaja en equipo, con habilidad y eficiencia.
12. Usa, racionalmente, los materiales, equipos y suministros requeridos en la especialidad.
13. Aplica los conocimientos del idioma inglés, como segunda lengua, en el desarrollo de su profesión.
14. Adapta su personalidad a las distintas situaciones laborales, generadas por los continuos cambios en las técnicas, organización laboral y demás aspectos relacionados con la profesión secretarial.
15. Protege el ambiente, consciente de la importancia de la protección de los recursos naturales.
16. Planea, organiza y ejecuta su trabajo, con calidad, por iniciativa propia o por instrucciones de superiores.

Y como perfil ocupacional, indica las siguientes:

1. Aplica calidad en el desarrollo de las funciones de su especialidad.
2. Presenta una actitud positiva al cambio, adaptándose a distintas situaciones laborales.
3. Aplica las normas de Salud Ocupacional al realizar las labores propias de la especialidad, previniendo accidentes y enfermedades laborales en beneficio de la salud física y mental, en el nivel personal y grupal.
4. Aplica la ética profesional en el cumplimiento de las tareas.
5. Utiliza, racionalmente, los recursos naturales y protege el ambiente, contribuyendo al bienestar del país.
6. Incorpora la educación en valores en la vivencia cotidiana.
7. Aplica los procesos tecnológicos para el desarrollo de las funciones secretariales y en pro de la calidad y competitividad.
8. Brinda excelencia en el servicio al cliente, apoyando el proceso empresarial.
9. Presenta imagen profesional, propia de la especialidad.
10. Aplica los principios de las relaciones públicas en el interactuar del mundo empresarial.
11. Demuestra capacidad para trabajar bajo presión.
12. Demuestra habilidad en el manejo de los equipos de la oficina moderna.
13. Utiliza en forma correcta, los materiales y suministros de la oficina secretarial.
14. Aplica los conocimientos adquiridos en las distintas disciplinas, en el desempeño de sus labores.
15. Organiza su trabajo, para lograr mayor eficiencia.
16. Aplica los principios de trabajo en equipo, en el ambiente empresarial.
17. Demuestra conocimiento en la organización de viajes, reuniones, congresos y otros, aplicando las normas protocolarias nacionales e internacionales según corresponda.
18. Demuestra conocimiento básico en los procedimientos contables y en el manejo de la caja chica.
19. Aplica, con eficacia, los canales de comunicación según corresponda.
20. Aplica una comunicación efectiva, tomando en cuenta las cualidades y lenguaje apropiado en el ámbito empresarial.

21. Aplica los principios de calidad en la atención al cliente interno y externo, tanto por teléfono como personalmente.
 22. Aplica los conocimientos básicos sobre la personalidad de los visitantes, filtrando visitas y llamadas.
 23. Realiza la toma de notas o mensajes con rapidez y exactitud.
 24. Utiliza las técnicas correctas de comunicación en la elaboración de los documentos propios de la oficina moderna.
 25. Maneja los conocimientos básicos del idioma inglés, para desempeñarse con calidad, en el entorno laboral.
 26. Administra la documentación de una oficina moderna, aplicando las leyes que dicta Archivo Nacional.
 27. Utiliza con eficiencia, la computadora y los paquetes de cómputo actualizados, que se utilizan para el procesamiento de la información de la oficina moderna.
 28. Aplica en forma correcta, los procedimientos para trámite de correspondencia, enviada y recibida.
 29. Aplica los conocimientos básicos sobre turismo y primeros auxilios, en caso necesario.
 30. Aplica el reglamento interno sobre el uso del laboratorio de cómputo.
- (MEP, 2008)

2.6. Sub-área Gestión Empresarial de la Especialidad de Secretariado Ejecutivo.

Con esta sub-área se pretende que el estudiantado aplique los conocimientos acerca de los trámites empresariales actuales, economía, matemática básica, procesos contables, elementos de estadística descriptiva y mercadeo conocimientos necesarios para el mundo de los negocios, con 8 horas semanales, para un total de 320 horas anuales, está integrada por cuatro unidades de estudio (MEP, 2008):

- Trámites empresariales: se examinan los diferentes trámites bancarios y administrativos.
- Fundamentos de contabilidad: se estudian los procedimientos básicos para elaborar estados financieros de una empresa de servicios.
- Estadística descriptiva: se desarrollan métodos para organizar estadísticamente datos generados por las empresas.
- Mercadeo: donde se analiza el mercadeo y su influencia en la gestión empresarial.

Los docentes y las docentes deben propiciar el aprendizaje, apoyándolo con estrategias y procedimientos metodológicos que estimulen la participación grupal, criticidad, autogestión y la construcción del conocimiento.

Objetivos Generales de la Sub-área

1. Analizar los diferentes trámites empresariales.
2. Adquirir fundamentos contables aplicados a la oficina.
3. Adquirir destrezas en cuanto a la estadística descriptiva en general.
4. Identificar los principios de mercadeo y su influencia en la gestión empresarial.
5. Aplicar los fundamentos básicos contables en la realización e interpretación de estados financieros de una empresa de servicios.

2.7. Nivel undécimo año a nivel de secundaria

Según el Ministerio de Educación Pública, este nivel está catalogada dentro de la Educación de Tercer Ciclo y Educación Diversificada.

En Costa Rica la Educación Diversificada, busca ofrecer a los estudiantes diversas opciones que tiendan a satisfacer sus necesidades e intereses en educación. Específicamente, la Educación Diversificada se divide en tres grandes ramas, a saber: Educación Académica, Educación Técnica y Educación Artística, las que a su vez se subdividen en modalidades y

éstas en especialidades (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), 1997).

Para la Educación Diversificada, el plan de estudios comprende asignaturas académicas y sub-áreas tecnológicas. Existen dos opciones para llevar el plan de estudios:

Opción 1 se dedican 16 horas por semana a las asignaturas académicas y 24 horas semanales a las sub-áreas tecnológicas; el estudiante debe cursar décimo, undécimo y duodécimo para optar por los dos títulos simultáneamente (Técnico en el nivel medio en la especialidad y Bachiller en Enseñanza Media).

Opción 2 se dedican 24 horas por semana a las asignaturas académicas y 16 horas a las sub-áreas tecnológicas, en décimo y undécimo y 40 horas por semana a las sub-áreas tecnológicas en duodécimo año.

El estudiante puede optar por el Bachillerato en undécimo año y continuar con la especialidad en duodécimo año para optar por el título de Técnico en el nivel medio. Ambas opciones exigen la permanencia del estudiante en la institución de lunes a viernes con un promedio de ocho horas diarias, para completar las 3.200 horas de formación, de las cuales 2.624 horas son dedicadas a aspectos tecnológicos propios de la especialidad. (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), 1997)

2.8. Mercadeo Digital.

El concepto de Mercadeo Digital se utilizó por primera vez en la época de los noventa, aunque este término principalmente se refería para hacer publicidad hacia los clientes, pero fue ya en la época del 2000 al 2010, con el surgimiento de nuevas herramientas tecnológicas que abrieron las comunicaciones sociales, en el cual el concepto fue transformando al de crear una experiencia que involucre a los usuarios.

Concepto de Mercadeo Digital o Marketing Digital (en inglés), es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas. (MD Marketing digital, 2019).

En otras palabras, Mercadeo Digital es un sistema para vender productos y servicios a un público seleccionado que utiliza internet y los servicios comerciales en línea, esto se realiza mediante herramientas y servicios de forma estratégica y congruente con el programa general de Mercadeo de la empresa (iLifebelt™, 2010).

Disponer de una estrategia de Mercadeo Digital se ha convertido en una necesidad más que en una opción para las empresas. Esta puede ayudar a tener una comunicación más directa con los usuarios, mejorar la segmentación, medir los resultados y obtener una optimización constante.

Para realizar una buena implementación de una estrategia de Mercadeo Digital se deben tener en cuenta algunos elementos que son indispensables para asegurar el buen desarrollo de una campaña exitosa:

- Tener un sitio web.
- Llevar tráfico a dicho sitio web.
- Utilizar el posicionamiento en buscadores.
- Hacer eco de la campaña en Medios Sociales.

En el Mercadeo Digital existen cuatro puntos clave que son muy importantes y que se debe velar por su cumplimiento antes del lanzamiento de cualquier campaña web:

- Usabilidad:** Es la eficiencia con la que se ofrece al usuario el servicio o información que este requiere. Cualquier sitio web enfocado en estrategias de marketing online debe ser altamente usable, es decir, que su diseño sea lo suficientemente intuitivo para que desde un niño hasta un anciano no exista problemas navegando en dicho sitio web
- Interfaz:** Una interfaz correctamente diseñada permite resaltar el contenido nuevo y relevante para el usuario de una forma clara y sin extravagancias dentro del sitio web. Al implementar una atractiva interfaz, los usuarios se sienten más atraídos por el producto o la información que se desee transmitir
- Motores de búsqueda:** Son los encargados de ordenar la información que existe en Internet. Para publicitarse a través de un motor de búsqueda existen dos sistemas: SEO y SEM. El primero se refiere al posicionamiento orgánico o natural y el segundo está basado en los resultados que se obtienen al realizar un pago. Esto último es también conocido como PPC o enlaces patrocinados)
- Promoción:** Promover una empresa junto con sus productos y servicios es un factor clave para hacer crecer tu empresa. Esto puede realizarse a través de los canales exclusivos de Internet: Email Marketing, E-advertising (Banners), Social media marketing (Blogs, Twitter, Facebook, Instagram, etc).
- (iLifebelt™, 2010).

De acuerdo a expertos de Google y Microsoft, Latinoamérica en general es una de las regiones de mayor crecimiento para Internet. Pero no solo por esto el Mercadeo digital vale la pena, resulta que en este medio medir las estrategias de publicidad es mucho más sencillo y exacto que en otros.

El rendimiento de una campaña de Mercadeo Digital se basa en métricas como Clics, Impresiones, Visitantes, Registros, etc. es decir, son métricas muy exactas con sistemas de medición muy potentes que permiten identificar qué cosas son las que atraen a los usuarios (iLifebelt™, 2010).

2.9. Redes Sociales.

Las redes sociales son un espacio digital en el que personas, marcas y entidades (Instituciones públicas, empresas, ONGs, asociaciones, personales) pueden crear una red de contactos e interactuar. Esta es la base principal de estas herramientas: relacionarnos, intercambiar y dialogar. Establecer una comunicación bidireccional, indica Miguel Florido en su Blog de Marketing and web. (Florido, 2019)

Para que una plataforma sea considerada una red social tiene que tener varias características indispensables:

- Ser una red de contactos
- Poder tener un perfil y
- Que permita interactuar (comentar, compartir, crear...)

(Florido, 2019)

Las redes sociales más utilizadas actualmente:

- | | |
|------------|-------------|
| - Facebook | - Instagram |
| - LinkedIn | - Spotify |
| - Whatsapp | - Pinterest |
| - Youtube | - Telegram |
| - Twitter | - Snapchat |

(iLifebelt™, 2016).

Aunque actualmente las tres redes sociales que dominan el mercado en la región son Facebook, WhatsApp e Instagram, pero hay una cuarta que empuja con gran fuerza: TikTok. Es una aplicación de medios de iOS y Android para crear y compartir vídeos cortos.

La aplicación permite a los usuarios crear vídeos musicales cortos de 3–15 segundos y vídeos cortos de 3–60 segundos. Es una plataforma líder de vídeos en Asia, Estados Unidos y otras partes del mundo. (iLifebelt™, 2016).

Ante la realidad del fuerte crecimiento que tienen las redes sociales en el mundo, y en Costa Rica este crecimiento no se queda atrás, según el Estudio RED506 del diario El Financiero nos da una clara idea de cómo los costarricenses hacen uso de internet y redes sociales (iLifebelt™, 2016).

El dispositivo más usado para conectarse a Internet, definitivamente el teléfono inteligente se ha convertido en una parte fundamental de nuestra comunicación. Esto queda demostrado en el hecho de que el 94% de los encuestados en este estudio reporta que su teléfono inteligente es el dispositivo de conexión a internet.

Las redes sociales más usadas en Costa Rica a pesar del surgimiento de nuevas redes sociales, Facebook sigue teniendo un sólido 90% de usuarios activos diariamente en Costa Rica.

Usar Redes sociales: Una actividad compartida, el estudio nos hace entender que los ticos usan las redes sociales mientras participan en otras actividades al mismo tiempo. (iLifebelt™, 2016).

Mientras está usando su red social, ¿qué otras actividades está haciendo?

ACTIVIDADES



Cifras en porcentajes

15

Figura 1. Actividades que hacen los costarricenses mientras están usando su red social
Fuente: Periódico El Financiero, citado por Ilifebelt 2016.

Un aspecto importante para las marcas en Costa Rica, es que los usuarios tienen sus dispositivos móviles a la mano mientras están viendo TV. Esto quiere decir que las marcas que no le agregan un componente de social media a su publicidad en TV, se están perdiendo una gran oportunidad de generar comunidad. (iLifebelt™, 2016).

CAPITULO III

REFERENTE METODOLÓGICO

3. Referente Metodológico

En este capítulo se describe la metodología utilizada para llevar a cabo la investigación. A continuación, se describen los procedimientos, instrumentos y técnicas aplicados para el desarrollo del trabajo.

Esta investigación se realiza bajo el paradigma Socio-crítico que de acuerdo con Arnal (1992) adopta la idea de que la teoría crítica es una ciencia social que no es puramente empírica ni sólo interpretativa; sus contribuciones, se originan, “de los estudios comunitarios y la investigación participante” (p. 98), se toma este paradigma para el trabajo de investigación ya que estudia un proceso social, y este busca contribuir a las necesidades de un grupo, y tomando en cuenta la participación de los sujetos involucrados.

3.1. Enfoque

Enfoque Mixto

Hernández, R., (2014) Enfoque Mixto, implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema.

En la investigación se utiliza el enfoque mixto, porque se recolectará información cualitativa y cuantitativa, en lo cual logra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, ayuda a formular el planteamiento del problema con mayor claridad, produce datos más “ricos” y variados.

3.2. Tipo de Investigación

Investigación Exploratoria

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.

El tema a investigar ha sido poco o nulo su investigación actual, por esta razón la investigación será de conocimiento tipo general, buscando el conocimiento del problema.

3.3. Contexto de la investigación

La investigación se centrará en el contexto del Colegio Técnico Profesional Puntarenas, localizado en la provincia de Puntarenas y el Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago, sección Nocturno, localizado en la provincia de Cartago, en ambos colegio se imparte la especialidad de Secretariado Ejecutivo, y actualmente existen grupos que cursan el nivel de undécimo año en esta especialidad, ya que la investigación se centra en la unidad de estudio de Mercadeo del programa de estudios de la especialidad la cual se imparte en este nivel de secundaria.

3.4. Sujetos o fuentes de información

Docentes de la especialidad técnica de Secretariado Ejecutivo

Este segmento son docentes que imparten la especialidad técnica de Secretariado Ejecutivo, en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno.

Estudiantes de la especialidad técnica de Secretariado Ejecutivo

Este segmento son estudiantes activos que están cursando la especialidad de Secretariado Ejecutivo, en el nivel de undécimo año, de los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno.

3.5. Variables

Se presentan las variables del estudio a continuación

Tabla 2. Definiciones conceptuales, operaciones e instrumentos de las variables

| Objetivo Especifico | Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Definición Instrumental |
|---|--|---|--|--|
| Identificar aspectos relevantes desde la perspectiva del docente y los estudiantes que estén o hayan cursado la unidad de estudio de Mercadeo, que se imparte en el nivel de undécimo año, en el Colegio Técnico Profesional Puntarenas y el Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago Nocturno. | Aspectos relevantes | Como relevante designamos algo que es importante o significativo, sobresaliente o destacado. La palabra proviene del latín relēvans, relevantis, participio activo del verbo relevāre, que significa 'levantar', 'alzar'. | Identificarlos desde la perspectiva del docente y los estudiantes. | Entrevista a docentes. (Preguntas N° 8, 9, 12, 13 y 14). Encuesta a estudiantes. (Preguntas N° 9 y 10). |
| Interpretar los resultados obtenidos con los instrumentos de recolección de información aplicados a los docentes y los Estudiantes, del Colegio Técnico Profesional Puntarenas y el Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago Nocturno. | Resultados obtenidos de los instrumentos de recolección de información | Según el diccionario de la Real Academia Española la definición de resultado se refiere a efecto, consecuencia o conclusión de una acción, un proceso, un cálculo, etc.; cosa o manera que determina algo: el resultado de un experimento, el resultado de una presión, el resultado de un comportamiento, el resultado de una resta, el resultado de un juego, entre otros ejemplos. | Datos arrojados de los instrumentos de recopilación de información aplicados a los docentes y a los estudiantes participantes. | Análisis de resultados. |

Continuación de Tabla 1.

| | | | | |
|--|-----------------------------|---|---|--|
| <p>Elaborar una propuesta curricular para incorporar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al sub-área Gestión Empresarial, del nivel de undécimo año, del programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo.</p> | <p>Propuesta curricular</p> | <p>Según el diccionario de la Real Academia Española la definición de propuesta se refiere a la proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin. Según el diccionario de la Real Academia Española la definición de Curricular, se refiere a perteneciente o relativo al currículo o a un currículo. Por consecuente la definición de Currículo es un plan de estudio o un conjunto de estudios y prácticas destinadas a que el alumno desarrolle plenamente sus posibilidades.</p> | <p>Se realizará un planeamiento curricular que constará del propósito, resultados de aprendizaje, Contenidos, estrategias de enseñanza – aprendizaje, valores y actitudes y criterios de desempeño.</p> | <p>Propuesta de estructura de planificación para la unidad de estudio de Mercadeo Digital.</p> |
|--|-----------------------------|---|---|--|

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Descripción de técnica de recolección de instrumentos

Se utilizará como instrumentos de recolección de información:

Entrevista (Anexo 1)

Se aplicará a los docentes que imparten la especialidad de Secretariado Ejecutivo, las cuales se ejecutará en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno.

Encuesta (Anexo 2)

Se aplicará a los estudiantes de la especialidad de Secretariado Ejecutivo del nivel de undécimo año, las cuales se ejecutará en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno.

3.7. Procedimientos para el análisis de la información

- Etapa 1: Confección de la entrevista y la encuesta.
- Etapa 2: Aplicación de la entrevista a los docentes que imparten la especialidad de Secretariado Ejecutivo y la encuesta los estudiantes del nivel de undécimo año de la especialidad Secretariado Ejecutivo.
- Etapa 3: Tabulación y agrupación de los datos recopilados en la entrevista y la encuesta.
- Etapa 4: Interpretación de la información recopilada.
- Etapa 5: Conclusiones y recomendaciones.
- Etapa 6: Propuesta.

3.8. Criterios éticos asumidos en el estudio

La investigación contará con el resguardo de la información obtenida por los encuestados y entrevistados, donde se mantendrá el anonimato y se garantiza la confidencialidad individual de la información.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS DE RESULTADOS Y
DISCUSIÓN

4. Análisis de Resultados y Discusión

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación realizada, como proceso importante de la investigación en identificar los aspectos relevantes desde la perspectiva del docente que imparte y los estudiantes que cursan la especialidad de Secretariado Ejecutivo en el nivel de undécimo año, en los Colegios Técnicos Profesionales de Puntarenas y Vocacional de Artes y Oficios de Cartago nocturno, para lo cual se detallan los resultados obtenidos al aplicar los instrumentos de recolección de información, las entrevistas aplicadas a los docentes y las encuestas aplicadas a los estudiantes.

4.1. Análisis de Resultados y Discusión

Instrumento de recolección de información, Entrevista aplicada a los docentes.

En la siguiente figura muestra el género de los docentes entrevistados de los colegios seleccionados, donde se aplicó la entrevista a 7 docentes que imparten la especialidad de Secretariado Ejecutivo, y de los cuales el 100% de los participantes son del género femenino.

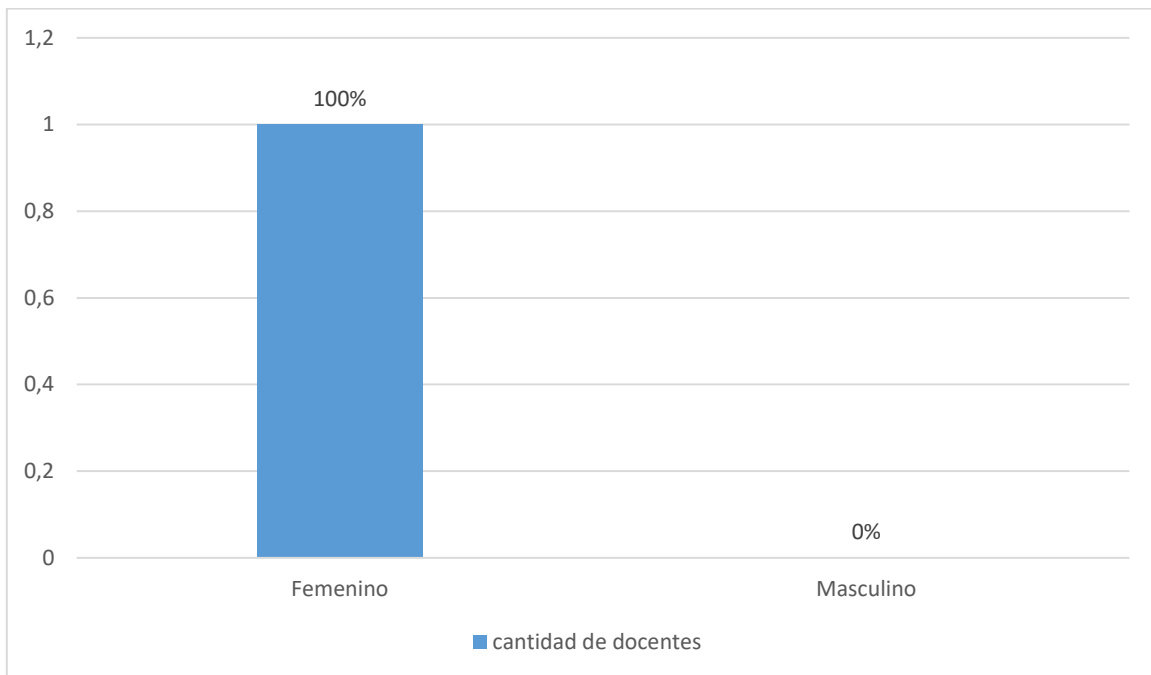


Figura 2. Entrevista - Genero

Fuente: Elaboración Propia. Entrevista a docentes.

Para identificar la edad de las docentes entrevistadas, se muestra en la figura 4 con un rango de edad, donde los participantes se encuentran en el rango de edad de 26 a 55 años, pero el 72% de los entrevistados se encuentran en el rango de 26 a 40 años.

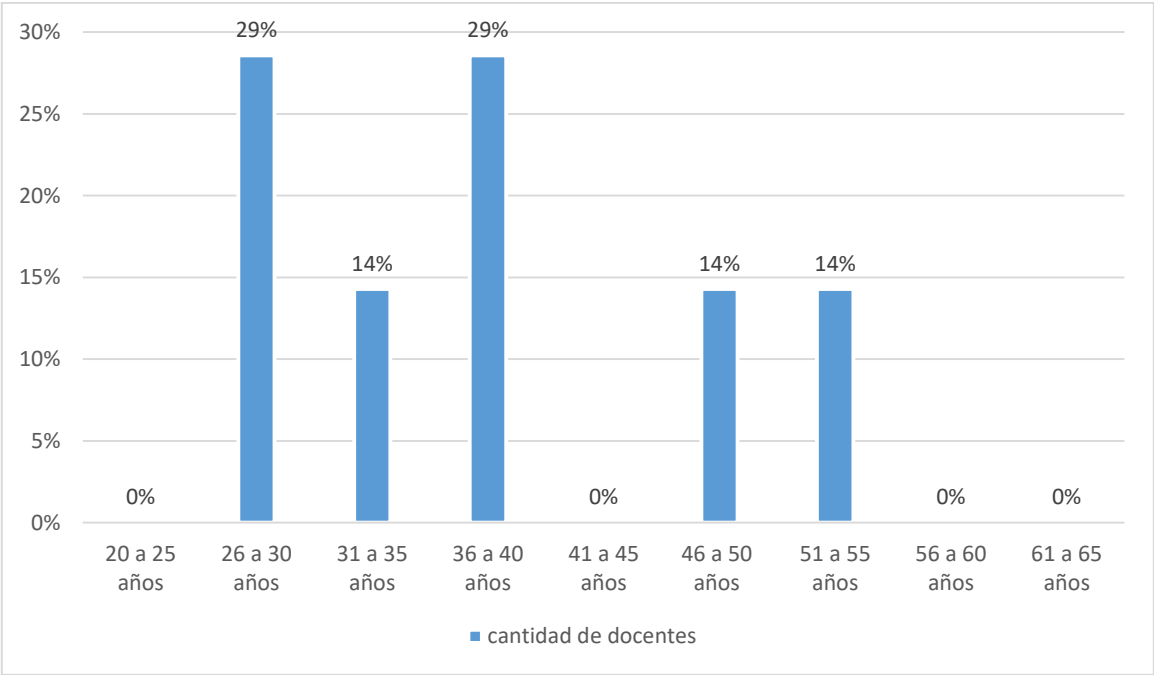


Figura 3. Entrevista - Rango de edad

Fuente: Elaboración Propia. Entrevista a docentes.

En cuanto a los años de experiencia de los docentes entrevistados, se implementa una escala de rango de experiencia, lo cual son los años que tienen de impartir la especialidad de Secretariado Ejecutivo, y se observa en la figura 5 que el porcentaje mayor es de 43% en el cual la experiencia oscila entre un año a cinco años de impartir la especialidad, este resultado se conecta con el rango de edad, donde la mayoría son personas adultos jóvenes.

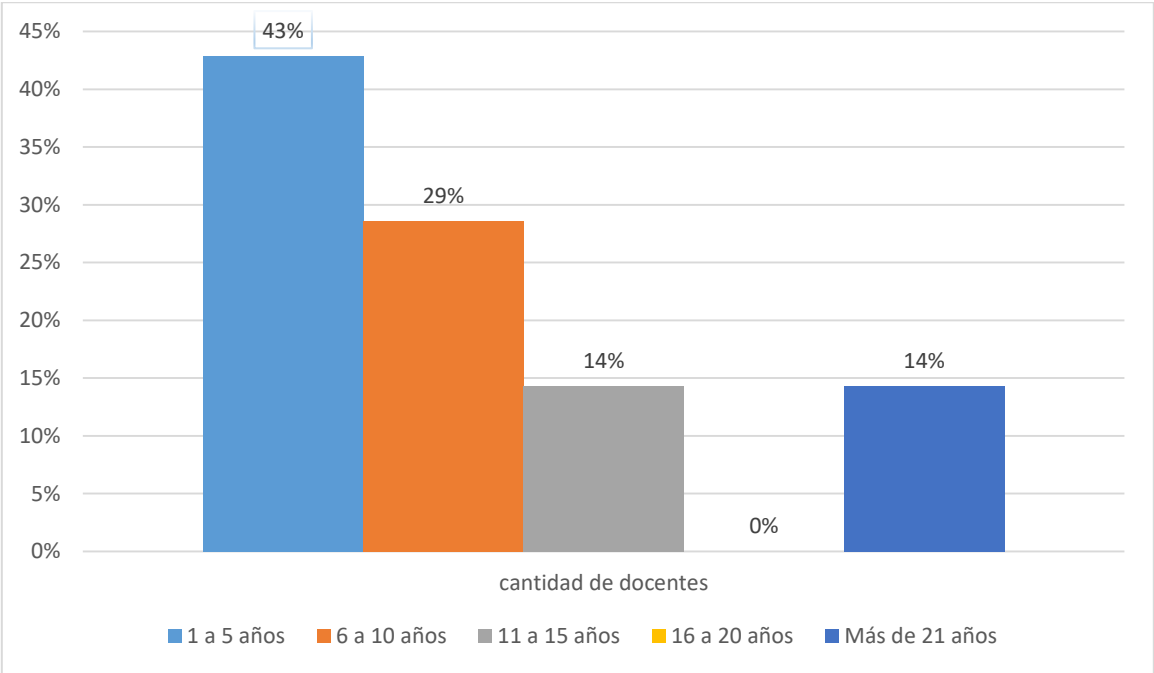


Figura 4. Entrevista - Experiencia docente

Fuente: Elaboración Propia. Entrevista a docentes.

Para mostrar las redes sociales que utilizan actualmente las docentes de uso personal, se indican en la figura 6, siendo WhatsApp la aplicación más usada por las docentes con 100%, seguido de Facebook con un 86%, y con una paridad entre las aplicaciones de YouTube e Instagram con un 71%, con estas respuestas se determina que tan conectadas están las docentes con las redes sociales y el mundo online.

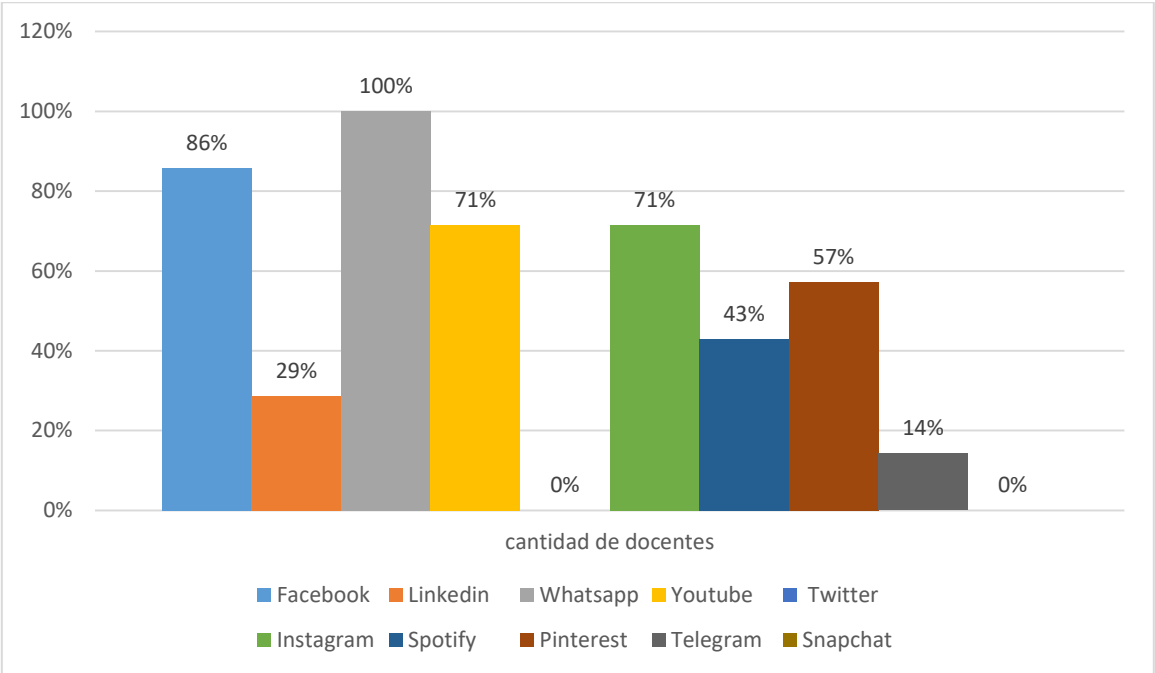


Figura 5. Entrevista - Redes Sociales

Fuente: Elaboración Propia. Entrevista a docentes.

Para determinar si las docentes entrevistadas conocen que las Redes Sociales se pueden administrar desde la categoría de Producto/Servicio para el desarrollo de una red social para un negocio, se analiza en la figura 7, indicando que un 86% si conoce de esta opción, lo cual es positivo, ya que de implementar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa, las docentes tiene conocimiento de las funciones que estas aplicación disponen, como por ejemplo Facebook, tiene una sección de estadísticas relacionada a las actividades de la página, como visitas a la página, la cantidad de Me Gusta, interacciones con las publicaciones, seguidores de la página, entre otros, los que son muy útiles para utilizar en un estudio de mercado para una empresa.

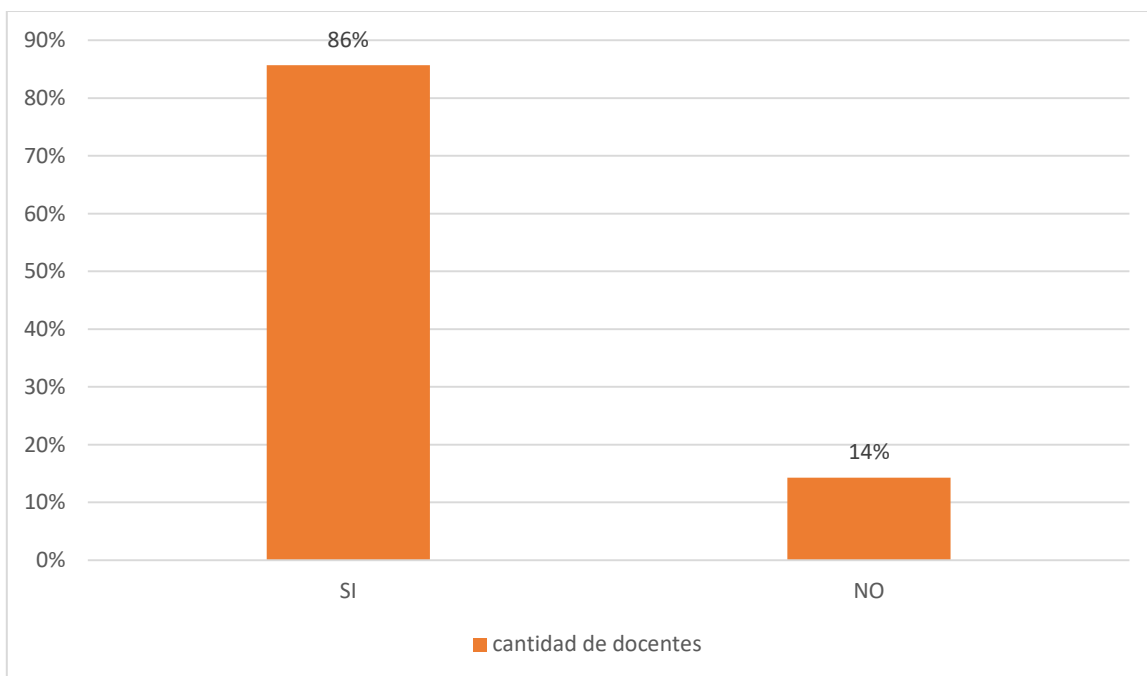


Figura 6. Entrevista - Conoce la categoría Producto / Servicio

Fuente: Elaboración Propia. Entrevista a docentes.

Se les consulta a las docentes que contestaron a la pregunta anterior con un “Si”, si han trabajado o colaborado en alguna red social como administradora de la categoría Producto / Servicio y además en cuál o cuáles redes sociales y el tiempo que lo ha realizado, del cual el 86% de las respuestas afirmativas anteriores, solo un 29% selecciona que ha trabajado como administradora, y además ambas indican que lo han hecho en la aplicación de Facebook, donde una docente señala que lo hace actualmente, y la otra docente lo realizo por un aproximado de 5 años, y conjuntamente también trabajo con las aplicaciones Instagram, LinkedIn y Youtube.

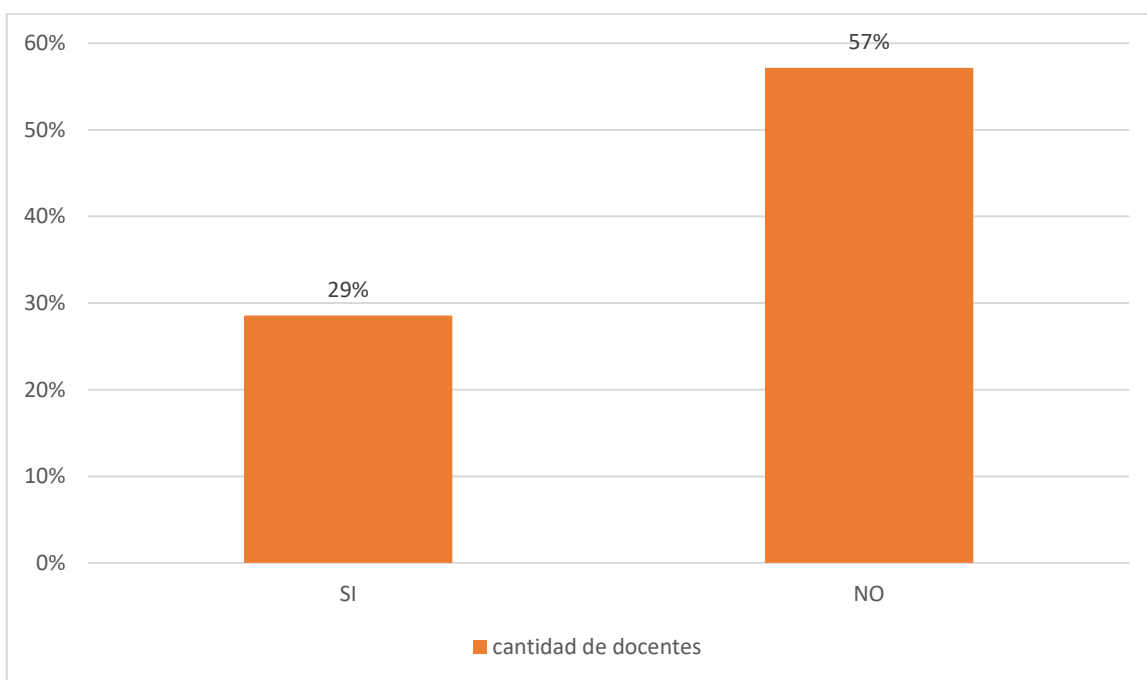


Figura 7. Entrevista - Ha administrado la categoría Producto / Servicio

Fuente: Elaboración Propia. Entrevista a docentes.

Para identificar la opinión de las docentes entrevistadas acerca de cuál es la perspectiva acerca de la especialidad de Secretariado Ejecutivo en términos generales, se efectuó la pregunta de forma de respuesta abierta, donde se resume lo indicado por parte de las docentes entrevistadas,

- Es una especialidad que siempre tiene oportunidad de empleo.
- Es fundamental para una empresa.
- Es una especialidad de mucha utilidad.
- Los estudiantes salen bien preparados.
- Tiene mucha apertura en el mercado.
- Todas las empresas requieren de este perfil de profesionales.
- Tiene un nombre desactualizado, debería ser Administrador de oficinas o ejecutivo.
- Necesita un enfoque más digital y tecnológico.
- Es una especialidad que debe ser actualizada.
- Rezagada al mercado actual.

En la consulta a las docentes entrevistadas, de agregar otros contenidos de estudio al programa, consideraría que cambiaría o mejoraría la especialidad de Secretariado Ejecutivo, para lo cual indicaron lo siguiente,

- Sí, como reforzar el idioma inglés.
- Eliminando algunos contenidos muy desactualizados como por ejemplo máquinas de escribir.
- Dándole más importancia a otros paquetes de informática.
- Que el material didáctico sea unificado y facilitado por Ministerio de Educación Pública.

Otra de las consultas a las docentes entrevistadas es, como consideran que son los contenidos de estudio de la unidad de Mercadeo en el nivel de undécimo año actualmente, se resumen se presentan los siguientes resultados:

Los contenidos de estudio son muy teóricas, que deberían ser más prácticas y más actuales, también se requiere de más tiempo o un acomodo de los contenidos, ya que se algunos se deben abarcan muy superficiales por el poco tiempo con el que cuentan.

Dada la pregunta anterior, se le solicita que propongan algunas mejoras en el programa de estudio de la especialidad de Secretariado Ejecutivo que consideran oportunas, las cuales indican,

- Que los estudiantes obtengan un inglés a un nivel más avanzado
- Puedan resolver problemas básicos de redes.
- Conocer sobre Firma digital
- Aprendan a utilizar herramientas tecnológicas que faciliten el puesto de secretariado.
- Un mayor tiempo para el contenido de estudio sobre archivo.
- Actualizar paquetes office.
- Ampliar tiempo en destrezas computacionales
- Modificar que algunos contenidos de estudio del programa se distribuyan entre los tres niveles, ya que actualmente hay niveles más saturados que otros e incluir el mercadeo online al programa.

Para determinar el conocimiento de las docentes sobre el mercadeo online, se les consultó, indicar según su percepción, que es Mercadeo Digital, de lo cual se obtuvieron las siguientes definiciones,

- Es el uso de redes sociales, aplicaciones, elaboración de páginas web.
- Es vender una idea de un producto o servicio por medio de redes sociales.
- Utilizar la tecnología para la comercialización de productos y servicios.
- La forma de proyectar una empresa o negocio de forma digital.

- Llegar al cliente por medio de redes sociales.
- Un canal más rápido para llevar un producto o servicio a las personas.
- Un medio para la publicidad digital.

Se percibe que, aunque no indican un concepto estructurado, identifican sus características, y, que un 100% lo relacionan con la tecnología y lo digital, y un 43% directamente con las redes sociales.

Para conocer la opinión de las docentes sobre cuales consideran que serían los beneficios que podría obtener el programa de estudio en la especialidad de Secretariado Ejecutivo al incluir una unidad de estudio de Mercadeo Digital, donde se obtienen la siguiente información.

Representará más apertura a los estudiantes en el área tecnológica le será un plus a nivel laboral para los estudiantes, los cuales tendrían una herramienta para emprender su propio negocio, les daría además, un panorama más claro sobre la actualidad del sector empresarial, brindando innovación a la especialidad, pero siempre y cuando se dote a los colegios con el equipo necesario para impartir la unidad.

Seguidamente se consulta cuáles serían los beneficios que podrían obtener los estudiantes al incluir una unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa de estudio en la especialidad de Secretariado Ejecutivo, citando lo siguiente,

Estas mejoras le brindarían al estudiante mayores competencia en el dominio básico de las redes sociales, es un beneficio para la colocación en el sector laboral., se volvería una especialidad más interesante para el mercado meta, motivando al uso de la tecnología para el área de estudio, sería de mucha utilidad para los estudiantes que estén pensando en emprender su propio negocio, y le daría un enfoque a la especialidad de actualidad a la realidad del mercado.

Para demostrar si el programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo tuviera la unidad de Mercadeo Digital, esto les daría nuevas oportunidades laborales a los estudiantes, para que los docentes indiquen su respuesta,

Definitivamente Si, el mercado laboral requiere de estos conocimientos, en la actualidad los medios de comunicación y publicidad es digital por medio de la tecnología, les daría un complemento a la carrera técnica y este sería beneficioso para el sector laboral.

Y para completar con la entrevista de las docentes, se les pregunta, Qué temáticas o contenidos recomendarían que se podría incluir en una unidad de Mercadeo Digital, para lo cual indican las siguientes,

- Redes sociales
- Realizar las estadísticas de las preferencias del consumidor o cliente.
- Desarrollo de un estudio de mercado.
- Tener conocimientos en el sector financiero basado en las redes sociales.
- El estudiante realice práctica real sobre las redes sociales desde la categoría de negocio.

Instrumento de recolección de información, Encuesta aplicada a los estudiantes.

Para conocer los aspectos relevantes desde la perspectiva de los estudiantes como parte importante del proceso, se analizan los resultados del instrumento de recolección de información de la encuesta.

La encuesta se elaboró en dos modalidades para ser contestada por los estudiantes, las cuales eran física y digital, pero debido al limitado acceso de internet de los estudiantes, solo una encuesta fue contestada de forma digital.

La cantidad de estudiantes encuestados fueron de 26 personas contando ambos colegios seleccionados, como primera pregunta se les consulta a los estudiantes indicar la institución en la que estudian, en el cual un 58% pertenece al Colegio Vocacional de Artes y Oficios de Cartago sección nocturna, y un 42% al Colegio Técnico Profesional Puntarenas de Puntarenas, esto se puede observar en la figura 9.

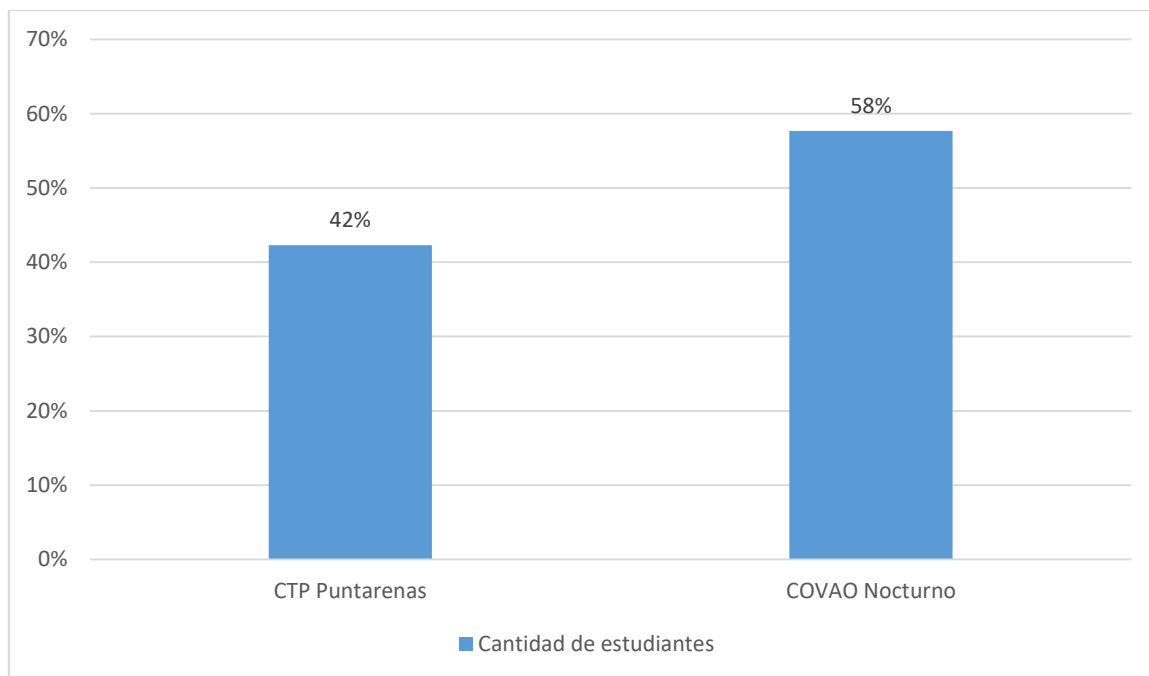


Figura 8. Encuesta - Institución en la cual estudia

Fuente: Elaboración Propia. Entrevista a docentes.

Se determina el conocimiento de los estudiantes sobre la definición de las Redes Sociales con el siguiente resultado, que un 100% contesta afirmativamente como lo muestra la figura 10, indicando que los estudiantes pueden manejar las aplicaciones con una mayor facilidad para ser usadas en la administración de redes sociales empresariales.

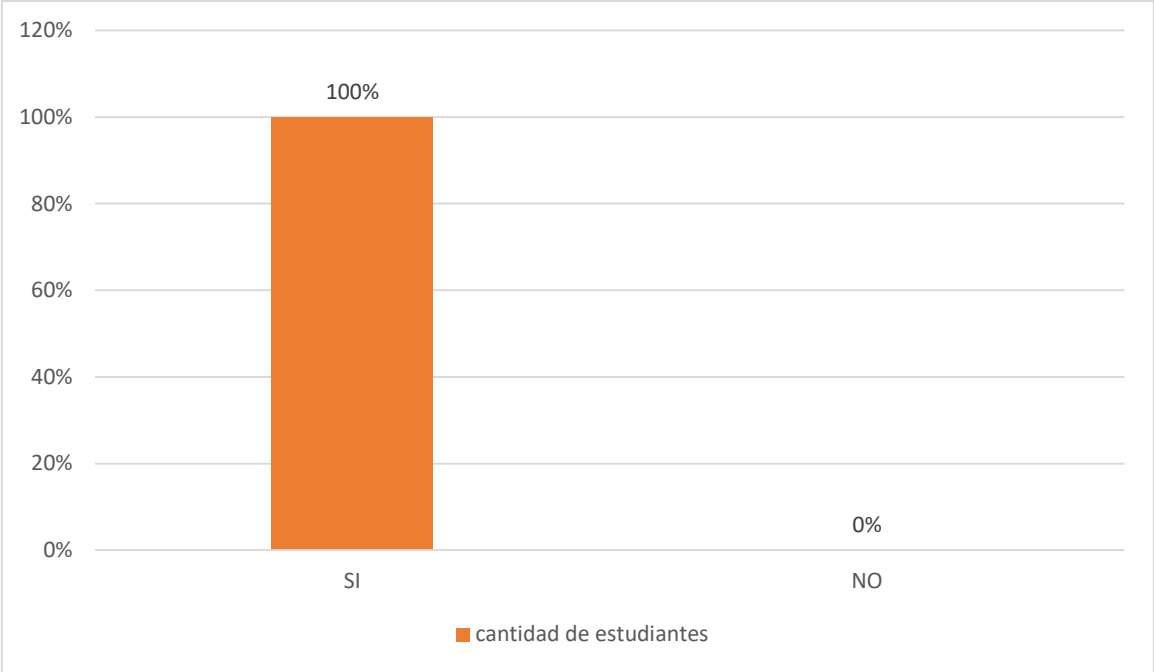


Figura 9. Encuesta - Conoce qué son Redes Sociales

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

Se obtiene el resultado de la opinión de los estudiantes, del conocimiento que tienen del alcance de las Redes Sociales en la actualidad, como se muestra en la figura 11, un 65% contesta con un sí, y un 35 % con un no, a lo cual se obtienen las siguientes explicaciones sobre su alcance:

- Se puede ofrecer servicios y encontrar información de cualquier parte del mundo.
- Se pueden vender muchos productos y hacer publicidad a los productos.
- Las personas pueden comunicarse en tiempo real aunque estén en diferentes países
- Brinda información de productos y servicios.

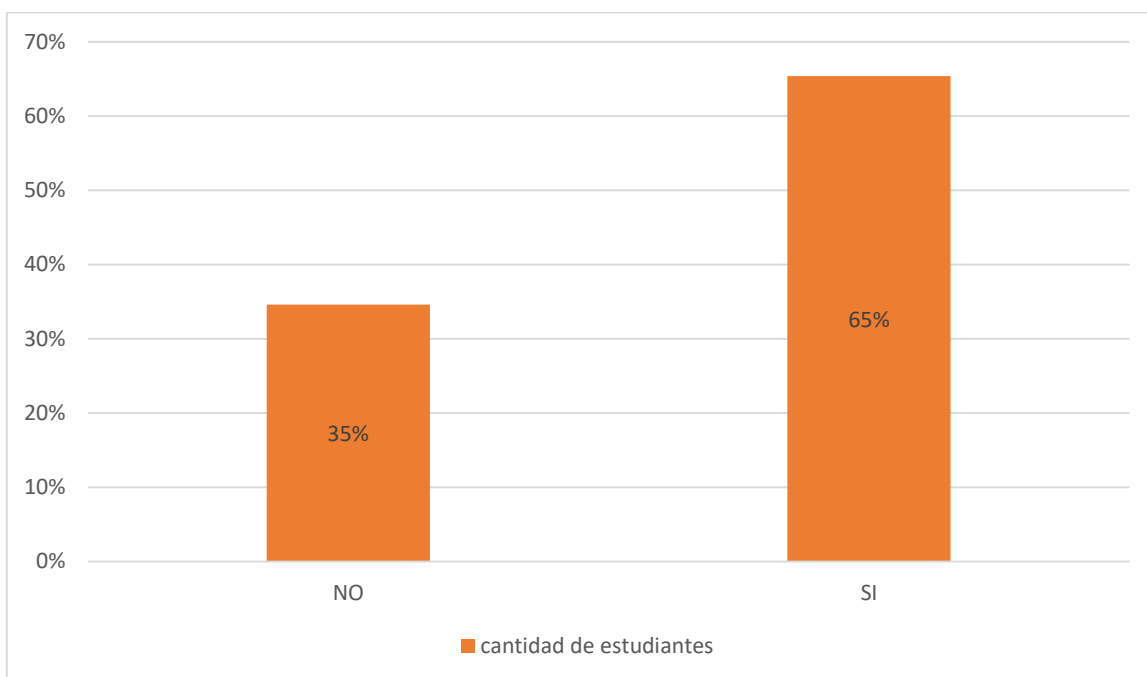


Figura 10. Encuesta - Conoce el alcance de las redes sociales en la actualidad

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

Al consultar sobre la utilización de las redes sociales propuestas se encuentran los siguientes resultados WhatsApp y Facebook son las aplicaciones más usadas por los estudiantes con 96% ambas, seguido de YouTube con un 88%, y con una paridad entre las aplicaciones de Snapchat y Instagram con un 65%, con estas respuestas se conoce que tan conectados están los estudiantes con las redes sociales y el mundo online.

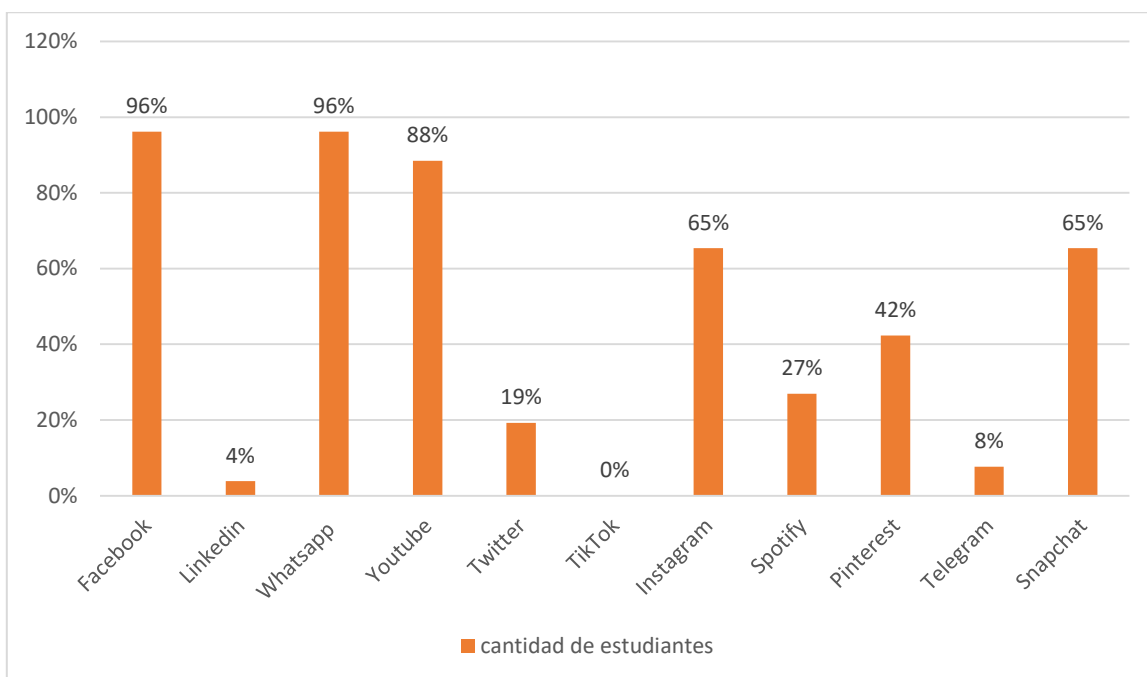


Figura 11. Encuesta - ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza actualmente?

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

Se demuestra la comprensión que tienen los estudiantes si conocen que las Redes Sociales se pueden administrar, desde la categoría de Producto/Servicio para el desarrollo de una red social para un negocio, como lo muestra en la figura 13, con un 54% la respuesta es afirmativa. El cual muestra que los estudiantes tienen conocimiento que existe la categoría y que esta puede utilizarse como apoyo para un negocio.

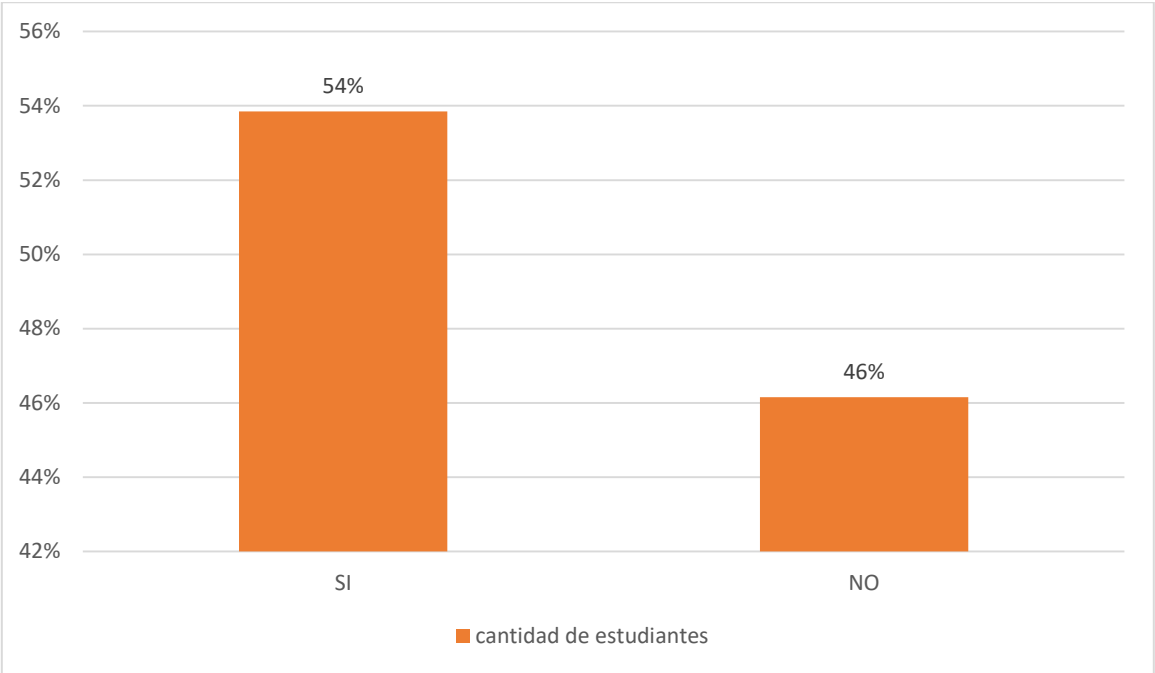


Figura 12. Encuesta - Conoce que las redes sociales se pueden administrar desde la categoría de Producto/Servicio (Negocio)

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

Se les consulta a los estudiantes que contestaron a la pregunta anterior con un “Si”, si han trabajado o colaborado en alguna red social como administradora de la categoría Producto / Servicio y además en cuál o cuáles redes sociales, de lo cual como lo muestra la figura 14, solo un 8% selecciona que ha trabajado como administrador desde la categoría de administración, e indican que lo han hecho en la aplicación de Facebook.

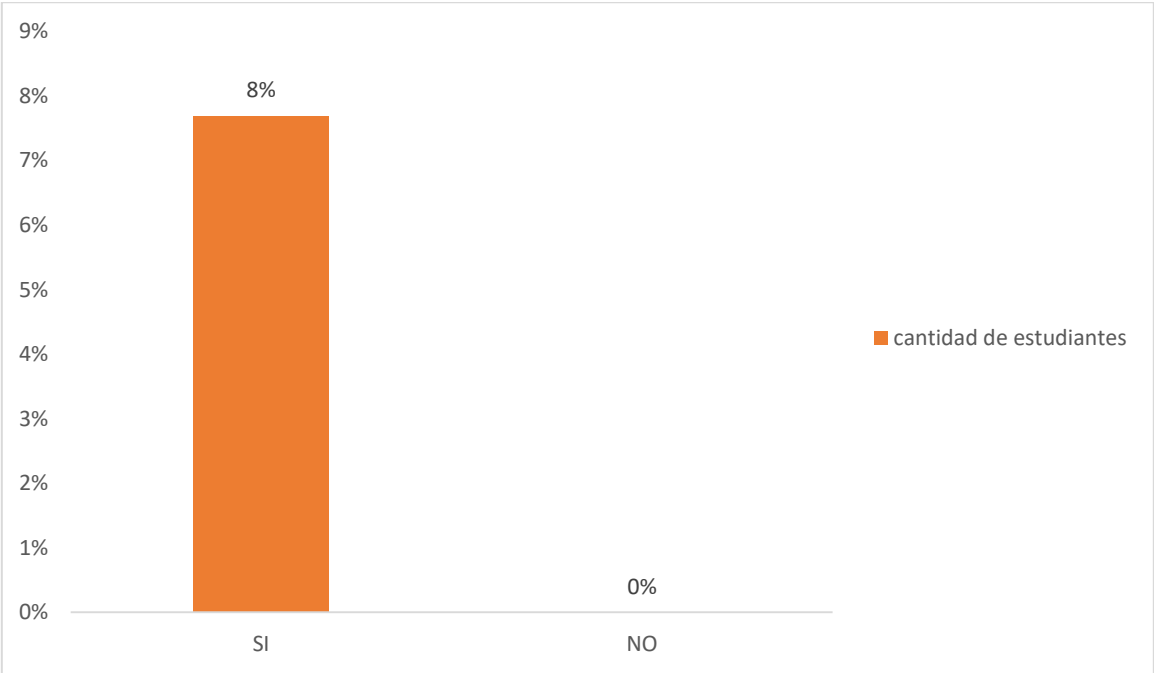


Figura 13. Encuesta - Ha administrado alguna red social desde la categoría de Producto/Servicio (Negocio)

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

Los estudiantes seleccionaron la opción que se acerque más al conocimiento que tiene sobre el término de Mercadeo Digital, como lo muestra la figura 15, un 65% indica que conoce algo, pero no sabe bien que es, un 27% dice saber que si conoce el termino de Mercadeo Digital, y solo el 8% dice no saber que significa Mercadeo Digital.

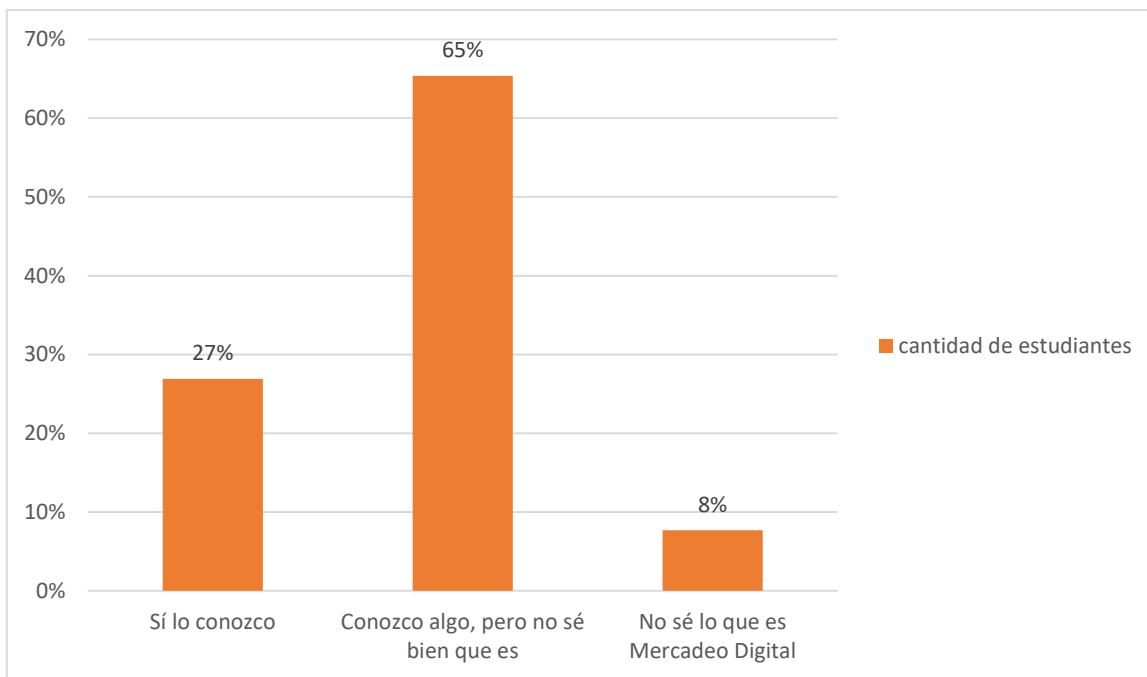


Figura 14. Encuesta - Conoce sobre el término del Mercadeo Digital

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

Como conexión con la pregunta anterior, les solicita que describan que consideran como Mercadeo Digital, como resumen de las respuestas,

Consideran que es una forma para vender u ofrece productos por medio de internet para satisfacer las necesidades del consumidor de forma eficaz e inmediata, también es una alternativa para promocionar y hacer propaganda alguna marca o producto a través de esta redes sociales, se vende productos en forma digital y es de fácil acceso, como por ejemplo la empresa WISH.

Los estudiantes indican según su percepción, si, consideran que sería importante que existiera la unidad de Mercadeo Digital en el programa de estudio de la especialidad Secretariado Ejecutivo, ya que le aportaría habilidades y herramientas para analizar y proponer estrategia de Mercadeo Digital, el desarrollar estrategias para redes sociales como parte de una estrategia digital, entre otras.

Como lo muestra la figura 16, un 96% considera que, si sería muy importante, ya que esto le daría nuevos conocimientos actuales de los mercados laborales.

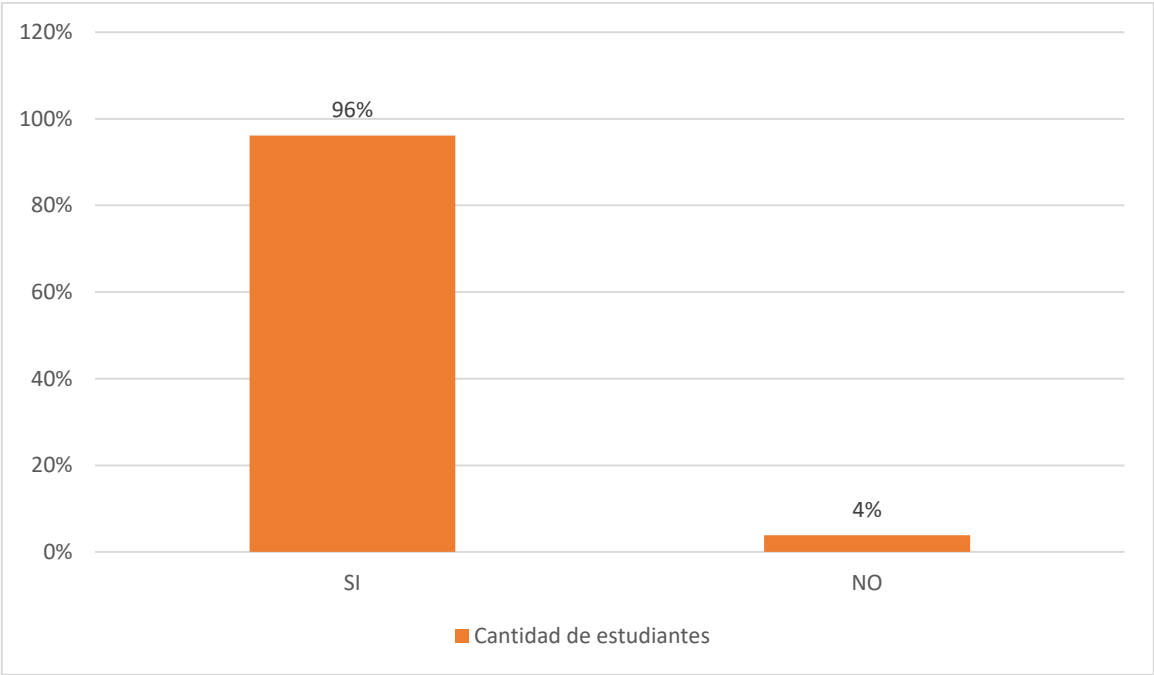


Figura 15. Encuesta - Considera que sería importante que existiera la unidad de Mercadeo Digital en el programa de estudio de la especialidad de Secretariado Ejecutivo
Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

Para concluir la encuesta a los estudiantes, se les insta que exterioricen si considerarían que les sería valioso para ellos como futuros profesionales el conocer sobre estrategia de Mercadeo Digital, y la administración de redes sociales.

Según la figura 17, con un 100% de los estudiantes encuestados indican que si consideran que sería importante, esto les daría un plus laboral al estar más actualizados con el mercadeo laboral.

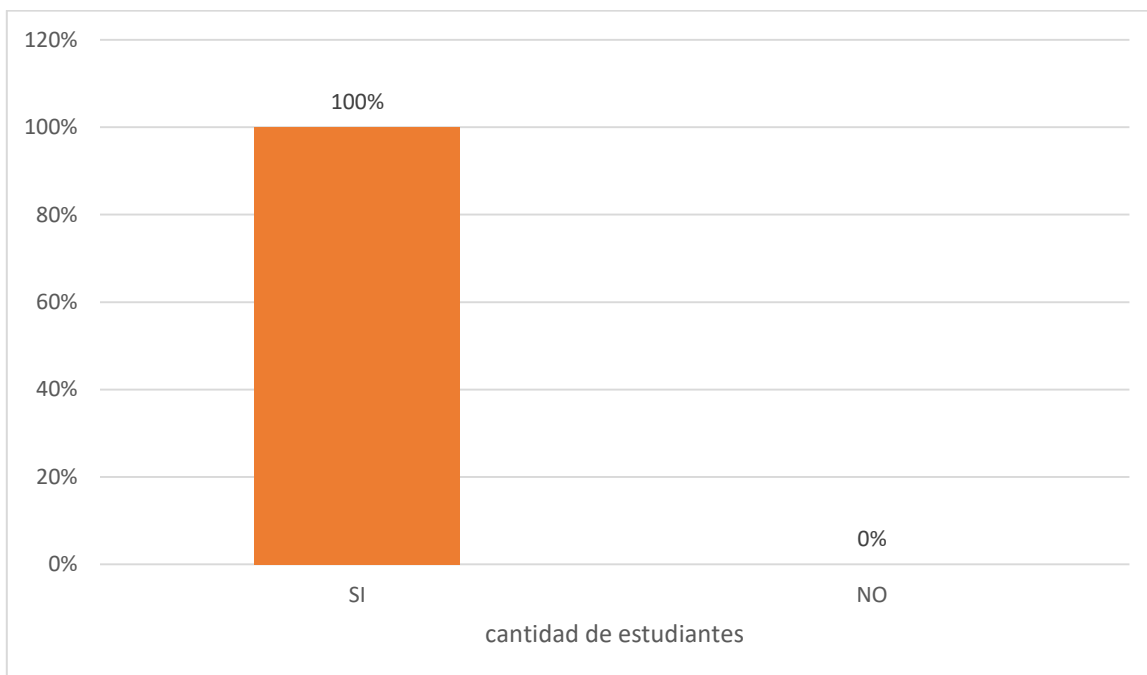


Figura 16. Encuesta - Considera que es valioso para usted conocer sobre estrategia de mercadeo digital y administración de redes sociales.

Fuente: Elaboración Propia. Encuesta a estudiantes.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5. Conclusiones y Recomendaciones

En este capítulo se sintetiza las interpretaciones respecto a los resultados obtenidos, para dar la reflexión de las conclusiones y las sugerencias de los problemas encontrados por medio de las recomendaciones.

5.1. Conclusiones

Este apartado contiene las conclusiones que se desprenden de los resultados obtenidos de la investigación realizada.

1. Se identifica por los argumentos de los docentes que los contenidos de estudios de la especialidad de secretariado ejecutivo son muy teóricos
2. Se concluye que algunos contenidos del estudio del programa de la especialidad de Secretariado Ejecutivo en Educación Técnica secundaria del Ministerio de Educación Pública, se encuentra desactualizados.
3. Se evidencia el requerimiento de mayor tiempo en algunos contenidos de estudio, ya que actualmente por las actividades propias de la institución, MEP, congresos sindicales y huelgas, se debe abarcar ciertos contenidos de estudio muy superficial.
4. La especialidad de Secretariado Ejecutivo, es una especialidad que tiene gran oportunidad de empleo, ya que las empresas de todos los sectores requieren de personal con las herramientas y habilidades técnicas con las que se gradúan a los estudiantes.
5. Se concluye que el Mercadeo Digital le dará más apertura al estudiante en el área laboral, al tener conocimientos, habilidades y herramientas para gestionar las redes sociales de una empresa desde la categoría negocio, crear planes de acción para campañas en redes sociales y diseñar contenidos interactivos para las redes sociales.

6. Se concluye que la unidad de Mercadeo Digital se convertiría en una herramienta para los estudiantes al graduarse puedan emprender su propio negocio, desde una plataforma digital o utilizando esta para la comercialización del producto o servicio.

7. Se concluye que se debe desarrollar una unidad estudio de Mercadeo Digital que incluya en sus contenidos: Redes sociales, Plan de acción para una campaña en redes sociales y Diseño contenidos interactivos para las redes (Propuesta).

5.2. Recomendaciones

Se consideran los aspectos que buscan corregir, las deficiencias que ha encontrado la investigación,

1. Se recomienda darle un enfoque más digital y tecnológico a la especialidad de Secretariado Ejecutivo para que sus contenidos sean más acordes a las necesidades actuales.
2. Se recomienda que el estudiante de la especialidad adquiera habilidades y herramientas para realizar Mercadeo Digital.
3. Se recomienda dotar a los estudiantes con el equipo necesario para recibir la unidad de estudio de Mercadeo Digital, como lo es de computadoras con acceso a internet.
4. Se recomienda implementar los contenidos de estudio a ser más prácticos, ya que el objetivo de la educación técnica es formar personas preparadas para el mundo del trabajo por medio de aprendizajes teóricos, prácticos y sociales que les permitan desarrollarse para los distintos sectores de la actividad económica.
5. Se recomienda aplicar herramientas tecnológicas que faciliten las funciones del técnico en secretariado ejecutivo.
6. Se recomienda reorganizar el programa actual de la especialidad de Secretariado Ejecutivo entre los tres niveles, ya que actualmente existen más contenidos en un nivel que en otros.
7. Se recomienda ampliar las lecciones de la sub-área de Destrezas Computacionales y actualizar los paquetes office
8. Se recomienda que los estudiantes tengan las herramientas básicas para resolver problemas básicos de redes.

9. Se recomienda que el contenido de estudio de archivo se más completo, que incluya por ejemplo las normas sobre selección y eliminación de documentos y conservación de documentos.
10. Se recomienda que los estudiantes tengan conocimiento sobre las políticas, leyes, reglamentos de la firma digital.
11. Se recomienda que la especialidad de Secretariado Ejecutivo, por los requerimientos del mercado actual, se implemente la asignatura de inglés a un nivel avanzado para que los estudiantes al graduarse sean bilingües.
12. Se recomienda que se cambie el nombre de la especialidad de Secretariado Ejecutivo por Administrador de Oficinas o Administrador Ejecutivo, ya que es un nombre más inclusivo para ambos géneros, además es más acorde a las funciones que pueden ejecutar un profesional técnico dentro de una empresa.
13. Se recomienda incorporar a las especialidades dentro de la modalidad de Comercial y de Servicios la unidad de estudio de Mercadeo Digital.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6. Propuesta

6.1. Título de la propuesta

Propuesta curricular para incorporar la unidad de estudio de Mercadeo Digital al sub-área Gestión Empresarial, del nivel de undécimo año, del programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo.

6.2. Problema priorizado pretendido a solucionar en la propuesta

La desactualización existente en el programa de estudio de la especialidad de Secretariado Ejecutivo, el cual carece de una unidad de Mercadeo Digital enfocada a la tecnología, para implementar habilidades y herramientas para satisfacer esas necesidades de las empresas modernas requieren.

6.3. Población beneficiaria

Los estudiantes que opten por un técnico medio en la especialidad de Secretariado Ejecutivo en los Colegios Técnicos Profesionales públicos del país.

6.4. Justificación del proyecto e importancia (respuesta a los principales hallazgos del estudio)

El Internet se ha vuelto una prevalente necesidad para nuestras economías desde un punto de vista macro. Pero también se ha vuelto indispensable para un sinnúmero de tareas diarias en nuestra vida cotidiana, hoy en día, la capacidad de adaptarse a los cambios que la tecnología y la comunicación traen, ya no es una ventaja sino una cuestión de supervivencia para las empresas.

La tecnología está cambiando el trabajo (automatización y home office), la Banca (Fintech), la Salud (Tele-Medicina), la Educación (Moocs), la Comunicación (Social Media), y hasta

el entretenimiento (plataformas de streaming), la resistencia es inútil contra los avances de la tecnología. Hace veinte años, el uso de internet era un privilegio exclusivo de unas cuantas corporaciones. Hace diez años, internet se posicionó como una ventaja competitiva importante.

Debido a esta creciente influencia es que los estudiantes deben prepararse para estas competencias laborales, y se ve la oportunidad que desde la especialidad de Secretariado Ejecutivo se pueda implementar el Mercadeo Digital como un plus para este programa en el área de la tecnología y lo digital.

6.5. Objetivos o propósitos de la propuesta metodológica.

Detectar las necesidades de las nuevas corrientes de la comunicación y el manejo del mercado en el ámbito digital.

6.6. Referente metodológico (descripción de la metodología de planificación, implementación de aplicar la propuesta o la descripción de su innovación).

Unidad de estudio: **Mercadeo Digital**

Propósito: Detectar las necesidades de las nuevas corrientes de la comunicación y el manejo del mercado en el ámbito digital.

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | CONTENIDOS | ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE | VALORES Y ACTITUDES | CRITERIOS DE DESEMPEÑO |
|---|---|--|---|---|
| Alcanzar los objetivos del Plan de mercadeo diseñando y gestionar campañas efectivas en las redes sociales. | <p>Redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de Redes sociales. • Conocer las redes sociales de la actualidad <p>Elegir las redes sociales para realizar el plan de mercadeo</p> <p>Plan de acción para una campaña en redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que es un plan de acción • Diseño de plan de acción • Selección de la audiencia • Crear y dar seguimiento a las redes sociales • Integrar el plan de mercadeo a las diferentes redes sociales seleccionadas • Medición digital de las redes sociales. | <ul style="list-style-type: none"> • Define el concepto de redes sociales. • Investigar las diferentes redes sociales de la actualidad y las más populares. <p>Seleccionar las redes sociales según retos y objetivos de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de un plan de acción en redes sociales • Diseñar el plan de acción para una campaña en redes sociales que responda al plan de mercadeo. • Definición y segmentación de audiencias con relación al objetivo • Creación, seguimiento y análisis de cuentas o perfiles en redes sociales. • Integración del plan de marketing a redes sociales, construcción y fidelización de marca • Uso de herramientas de medición digital según la red para conocer sus estadísticas. | Mantener una constante innovación en las tendencias del mercadeo digital. | Alcanza los objetivos del plan de mercadeo y gestiona campañas efectivas en las redes sociales. |

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| <p>Diseñar contenidos interactivos para las redes sociales que respondan a los objetivos del plan de mercadeo y a las expectativas de los usuarios.</p> | <p>Diseño de contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir las ideas para los contenidos de las redes sociales. • Identificar herramientas para diseñar contenidos para las redes sociales. | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrolla las ideas en físico para los contenidos de las redes sociales. • Investigar y seleccionar herramientas, aplicaciones y programas para el diseño de contenido para las redes sociales. • Crear y diseñar con una herramienta el concepto interactivo (gráfico, visual, auditivo y táctil) para generar afinidad con los objetivos del plan de mercadeo y las audiencias. <p>Adaptación de contenido a los diferentes medios y plataformas de las redes sociales.</p> | <p>Potenciar el desarrollo de la creatividad e inventiva.</p> | <p>Diseña contenidos interactivos para las redes sociales que respondan a los objetivos del plan de mercadeo y a las expectativas de los usuarios.</p> |
|---|--|--|---|--|

6.7. Presupuesto

Se requerirá para la implementación de la unidad de Mercadeo Digital, que los docentes como los estudiantes tengan acceso a una velocidad eficiente de internet, computadoras, aplicaciones necesarias para realizar las prácticas de las redes sociales.

6.8. Evaluación (indicadores, instrumentos de valoración y rendición de cuentas).

Lista de cotejo sugerida para evaluar al estudiante.

| LISTA DE COTEJO SUGERIDA | FECHA | | |
|---|--------------|-----------|-------------------|
| NOMBRE DE EL O LA ESTUDIANTE | | | |
| Instrucciones: | | | |
| A continuación se presentan los criterios que van a ser verificados en el desempeño de cada estudiante mediante la observación del mismo. | | | |
| De la siguiente lista marque con una "X" la columna correspondiente, de acuerdo con el desempeño de cada estudiante. | | | |
| DESARROLLO | SI | NO | EN PROCESO |
| Diseña e implementa un plan de Mercadeo. | | | |
| Elige las redes sociales indicadas para implementar el plan de mercadeo | | | |
| Selecciona la audiencia correspondiente a los objetivos del plan de mercadeo. | | | |
| Diseña contenidos interactivos para las redes sociales que respondan a los objetivos del plan de mercadeo. | | | |
| Promociona un producto o servicio por medio de redes sociales. | | | |
| Realiza e interpreta las mediciones digitales de las redes sociales. | | | |

Criterios para la evaluación de las competencias

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE | CRITERIOS DE DESEMPEÑO | EVIDENCIAS | TIPO | SUFICIENCIAS DE EVIDENCIAS |
|--|---|--|--------------|--|
| Alcanzar los objetivos del Plan de mercadeo diseñando y gestionar campañas efectivas en las redes sociales. | Alcanza los objetivos del plan de mercadeo y gestiona campañas efectivas en las redes sociales. | Diseña e implementa un plan de Mercadeo. | Desempeño | Diseña e implementa un plan de Mercadeo eficazmente |
| | | Elige las redes sociales indicadas para implementar el plan de mercadeo | Conocimiento | Elige con precisión las redes sociales indicadas para implementar el plan de mercadeo. |
| | | Selecciona la audiencia correspondiente a los objetivos del plan de mercadeo. | Conocimiento | Selecciona correctamente la audiencia correspondiente a los objetivos del plan de mercadeo. |
| Diseñar contenidos interactivos para las redes sociales que respondan a los objetivos del plan de mercadeo y a las expectativas de los usuarios. | Diseña contenidos interactivos para las redes sociales que respondan a los objetivos del plan de mercadeo y a las expectativas de los usuarios. | Diseña contenidos interactivos para las redes sociales que respondan a los objetivos del plan de mercadeo. | Desempeño | Diseña acertadamente contenidos interactivos para las redes sociales que respondan a los objetivos del plan de mercadeo. |
| Alcanzar los objetivos del Plan de mercadeo diseñando y gestionar campañas efectivas en las redes sociales. | Alcanza los objetivos del plan de mercadeo y gestiona campañas efectivas en las redes sociales. | Promociona un producto o servicio por medio de redes sociales. | Producto | Promociona eficientemente un producto o servicio por medio de redes sociales. |
| | | Realiza e interpreta las mediciones digitales de las redes sociales. | Conocimiento | Realiza e interpreta claramente las mediciones digitales de las redes sociales. |

6.9. Cronograma de ejecución por etapas o fases, según corresponda.

Se propone que se implemente en el nivel de undécimo año, en la sub-área de Gestión Empresarial, como una unidad de estudio llamada Mercadeo Digital, con un tiempo estimado de 80 horas, y su tiempo estimado en semanas de 10 semanas.

CAPÍTULO VII
REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS

7. Referencias Bibliográficas

Bobbit, F. (1918). *The Curriculum*. Cambridge,, Massachusetts, U.S.A.

Bolaños y Molina. (1990). *Introducción al Currículo*. EUNED.

COVAO Nocturno. (2019). *Historia*. Obtenido de <https://www.covao.ac.cr/nocturno/index.php/component/k2/item/112?Itemid=696>

CTP Puntarenas. (2019). *CTP Puntarenas Oficial*. Obtenido de <https://www.facebook.com/ctppuntarenasoficial/>

Dirección Regional de Educación Puntarenas. (2019). *Drep.go.cr*. Obtenido de <http://www.drep.go.cr/index.php/circuitos-educativos/circuito-01/centros-educativos/colegio-tecnico-profesional-puntarenas>

Florido, M. (2019). *¿Qué son las redes sociales y para qué sirven? + Redes Sociales más utilizadas en 2019*. Obtenido de Marketing and Web: <https://www.marketingandweb.es/marketing/redes-sociales-que-son-para-que-sirven/>

iLifebelt™. (2010). *¿Qué es marketing online? Definición y características*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/marketing-online/2010/09/>

iLifebelt™. (2016). *Uso de Internet y Redes Sociales en Costa Rica al 2016*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/uso-internet-redes-sociales-costa-rica/2016/08/>

iLifebelt™. (2019). Obtenido de <https://ilifebelt.com/>

Marketing Digital. (2019). *MD Marketing Digital*. Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

MDmarketing digital. (2019). *MD marketing digital*. Obtenido de <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

- MEP. (2008). *PROGRAMAS DE ESTUDIO - Secretariado Ejecutivo 2008*. Obtenido de Ministerio de Educación Pública: <https://www.mep.go.cr/programa-estudio/secretariado-ejecutivo-0>
- MEP. (2015). *Educación para Nueva Ciudadanía*. Obtenido de Ministerio de Educación Pública: <https://www.mep.go.cr/sites/default/files/documentos/transf-curricular-v-academico-vf.pdf>
- MEP. (Diciembre de 2017). *Ministerio de Educación Pública*. Obtenido de Boletín 13 - 17 Dirección de Planificación Institucional, Departamento de Análisis Estadístico: https://www.mep.go.cr/indicadores_edu/BOLETINES/13_17.pdf
- MEP. (2019). *Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras - Especialidades Técnicas*. Obtenido de <http://www.detce.mep.go.cr/programas-estudio>
- Meza, J. (2012). *Diseño y desarrollo curricular*. Tlalnepantla, C.P. 54080, Estado de México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Molina Bogantes, Z. (2017). *Fundamentos del Currículo*. San José, Costa Rica: EUNED.
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). (1997). *Sistemas Educativos Nacionales - Costa Rica MEP*. Obtenido de Informe Educación Diversificada: <https://www.oei.es/historico/quipu/costarica/index.html>
- Universidades CR. (Noviembre de 2019). *Universidades.cr*. Recuperado el 2019, de <https://universidades.cr/carreras/marketing-digital>

ANEXOS

Anexos

Anexo 1: Entrevista elaborada para recolección de información de los estudiantes

Tecnológico de Costa Rica
Entrevista
Trabajo Final de Graduación
Licenciatura en Educación Técnica

Instrucciones de la Entrevista

Se garantiza la confidencialidad individual de la información.

Ninguna de las respuestas se considera correcta o incorrecta.

Esta entrevista tiene como propósito formar parte de un estudio de investigación de la Licenciatura en Educación Técnica, para analizar la unidad de estudio de Mercadeo de la especialidad de Secretariado Ejecutivo.

| | |
|---------------------------|--|
| Nombre del docente | |
|---------------------------|--|

1. Género

| | |
|-----------|--|
| Femenino | |
| Masculino | |

2. Rango de edad, Marcar con una “X”

| Rangos | “X” | Rangos | “X” |
|--------------|-----|--------------|-----|
| 20 a 25 años | | 46 a 50 años | |
| 26 a 30 años | | 51 a 55 años | |
| 31 a 35 años | | 56 a 60 años | |
| 36 a 40 años | | 61 a 65 años | |
| 41 a 45 años | | | |

3. ¿Cuántos años de experiencia tiene impartiendo la especialidad de Secretariado Ejecutivo?

| Rangos | “X” |
|--------------|-----|
| 1 a 5 años | |
| 6 a 10 años | |
| 11 a 15 años | |
| 16 a 20 años | |

4. De las redes sociales mencionadas ¿Cuáles utiliza actualmente?

| | | | |
|----------|--|-----------|--|
| Facebook | | Instagram | |
| Linkedin | | Spotify | |
| Whatsapp | | Pinterest | |
| Youtube | | Telegram | |
| Twitter | | Snapchat | |

5. Conoce que las Redes Sociales se pueden administrar desde la categoría de Producto/Servicio (Negocio).

Si

No

6. De contestar a la pregunta anterior “Si”, ha trabajado o colaborado en alguna.

No

Si

Indicar cual o cuales Redes Sociales y el tiempo que lo ha realizado.

| |
|--|
| |
|--|

7. ¿Cuál es su perspectiva acerca la especialidad de Secretariado Ejecutivo en términos generales?

8. Considera que agregando otros temas cambiarían o mejoraría la especialidad de Secretariado Ejecutivo.

9. ¿Cómo considera que son las temáticas de la unidad de estudio de Mercadeo en el nivel de undécimo año?

10. Podría proponer algunas mejoras en el programa de estudio de la especialidad de Secretariado Ejecutivo. / Justifique su respuesta.

11. Según su percepción, ¿qué es Mercadeo Digital?

12. Cuales beneficios considera que podría obtener el programa de estudio en la especialidad de Secretariado Ejecutivo al incluir una unidad de estudio de Mercadeo Digital.

13. Cuales beneficios al estudiante considera que podrían obtener al incluir una unidad de estudio de Mercadeo Digital al programa de estudio en la especialidad de Secretariado Ejecutivo.

14. Considera que si el programa de estudios de la especialidad de Secretariado Ejecutivo tuviera la unidad de mercadeo digital, esto le daría nuevas oportunidades laborales a los estudiantes. / justifique su respuesta, y porqué.

15. ¿Qué temáticas recomendaría que se podría incluir en una unidad de Mercadeo Digital?

Le agradezco nuevamente, el tiempo y la disposición que usted ha tenido para contestar esta entrevista.

Anexo 2: Encuesta elaborada para recolección de información de los estudiantes

Tecnológico de Costa Rica
Encuesta
Trabajo Final de Graduación
Licenciatura en Educación Técnica

Instrucciones de la Encuesta

La encuesta es anónimo y se garantiza la confidencialidad individual de la información. Ninguna de las respuestas se considera correcta o incorrecta. Esta encuesta tiene como propósito formar parte de un estudio de la licenciatura en Educación Técnica, para estudiar la unidad de estudio de Mercadeo de la especialidad de Secretariado Ejecutivo.

1. Marque con una “X” la institución en la cual estudia.

| | |
|----------------|--------------------------|
| CTP Puntarenas | <input type="checkbox"/> |
| COVAO Nocturno | <input type="checkbox"/> |

2. Conoces qué son Redes Sociales

Si

No

3. Conoce el alcance de las Redes Sociales en la actualidad

No

Si

Explique

| |
|--|
| |
|--|

4. Marque con una “X” ¿Cuáles de las siguientes redes sociales utiliza actualmente?

| | |
|----------|--------------------------|
| Facebook | <input type="checkbox"/> |
| Linkedin | <input type="checkbox"/> |
| Whatsapp | <input type="checkbox"/> |
| Youtube | <input type="checkbox"/> |

| | |
|-----------|--------------------------|
| Twitter | <input type="checkbox"/> |
| TikTok | <input type="checkbox"/> |
| Instagram | <input type="checkbox"/> |
| Spotify | <input type="checkbox"/> |

| | |
|-----------|--------------------------|
| Pinterest | <input type="checkbox"/> |
| Telegram | <input type="checkbox"/> |
| Snapchat | <input type="checkbox"/> |

5. Conoce que las Redes Sociales se pueden administrar desde la categoría de Producto/Servicio (Negocio). (si la respuesta es “NO” pase a la pregunta número 7).

Si

No

6. De contestar a la pregunta anterior “Si”, ha trabajado o colaborado en alguna.

No

Si

Indicar cual o cuales Redes Sociales.

| |
|--|
| |
|--|

7. Conoce sobre el termino de Mercadeo Digital

| | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sí lo conozco |
| <input type="checkbox"/> | Conozco algo, pero no sé bien que es |
| <input type="checkbox"/> | No sé lo que es Mercadeo Digital |

8. Describa, ¿qué considera usted como Mercadeo Digital?

| |
|--|
| |
|--|

9. Según su percepción, considera que sería importante que existiera la unidad de Mercadeo Digital en el programa de estudio de la especialidad Secretariado Ejecutivo, ya que le aportaría habilidades y herramientas para analizar y proponer estrategia de mercadeo digital, el desarrollar estrategias para redes sociales como parte de una estrategia digital, entre otras.

Si

No

10. ¿Consideraría que es valioso para usted como futuro profesional el conocer sobre estrategia de mercadeo digital, y la administración de redes sociales?

Si

No

Le agradezco nuevamente, el tiempo y la disposición que usted ha tenido para contestar esta encuesta.