

# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSTGRADO

TESIS

**MÁRKETING EDUCATIVO Y LA GESTIÓN EN LAS INSTITUCIONES  
EDUCATIVAS DE LA RED 08 – UGEL 04, PUENTE PIEDRA– 2013**

**PARA OBTENER EL GRADO DE:  
MAGÍSTER EN EDUCACIÓN**

**CON MENCIÓN EN DOCENCIA Y GESTIÓN EDUCATIVA**

**AUTORES:**

**Bach. MERCEDES MARUJA CHUCHÓN DE LA CRUZ**

**Bach. JUAN LEYVA AHUMADA**

**ASESOR:**

**Mgtr. SANTIAGO A. GALLARDAY MORALES**

**LIMA–PERÚ**

**2013**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su amor y abnegación en mi formación personal, y a mi familia quienes me acompañan día a día en mis logros profesionales.

Mercedes Maruja Chuchón De la Cruz

A Dios porque está conmigo en todos los caminos que transito.

A mis padres Juan y Pilar porque saben escucharme, entenderme y sostenerme cuando siento que desmayo.

A mi esposa Carmen Rosa Tang Lévano porque me da fuerzas estando a mi lado, apoyándome en todo momento y espero el momento en que pueda retribuirle.

A mis hijas Carmen y Fiorella porque me dan amor que es la energía que necesito para seguir adelante.

Juan Leyva Ahumada

## **AGRADECIMIENTO**

Expresamos nuestro profundo y verdadero agradecimiento a todos los docentes de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, en especial al Magister Santiago Aquiles Gallarday Morales, asesor de nuestra tesis, por su apoyo decidido para poder culminar el trabajo de investigación.

A los directores y docentes de las instituciones educativas de la Red 08 – UGEL 04, Puente Piedra, por su apertura y disposición con la que participaron en esta investigación.

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos sección de Postgrado de la Universidad César Vallejo para optar el grado de Magíster en Educación con mención en Docencia y Gestión Educativa, presentamos el trabajo de investigación descriptivo correlacional denominado: **MARKETING EDUCATIVO Y LA GESTIÓN EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA RED 08 - UGEL 04, PUENTE PIEDRA – 2013.**

La investigación, tiene como propósito fundamental: Determinar la relación entre marketing educativo y la gestión en las instituciones educativas de la red 08 - UGEL 04, Puente Piedra –2013.

La presente investigación está dividida en cuatro capítulos: En el Capítulo I se expone el planteamiento del problema: incluye formulación del problema, los objetivos, la justificación, las limitaciones y los antecedentes. En el Capítulo II: que contiene el marco teórico sobre el tema a investigar: El marketing educativo y la gestión educativa. En el Capítulo III se desarrolla el trabajo de campo y el proceso de la contrastación de hipótesis; las variables de estudio, diseño, población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y los métodos de análisis. Finalmente el Capítulo IV corresponde a la interpretación de los resultados; que comprende la descripción y discusión del trabajo de estudio.

Señores miembros del jurado espero que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Los Autores

## ÍNDICE

Página

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Presentación	iv
Índice general	v
Lista de tablas	vii
Resumen	viii
Abstrac	ix
Introducción	x

### **CAPÍTULO I**

#### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1.Planteamiento del problema	13
1.2.Formulación del problema	17
1.2.1. Problema general	17
1.2.2. Problemas específicos	17
1.3. Justificación	18
1.4.Limitaciones	20
1.5.Antecedentes	21
1.6.Objetivos	26
1.6.1. Objetivo general	26
1.6.2. Objetivos específicos	26

### **CAPÍTULO II**

#### **MARCO TEÓRICO**

2.1. Contexto de la investigación	28
2.2. Bases teóricas del marketing educativo	30
2.3. Bases teóricas de la gestión educativa	60
2.4. Definición de términos básicos	90

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1.Hipótesis	92
3.1.1. Hipótesis general	92
3.1.2. Hipótesis específicas	92
3.2.Variables	92
3.2.1. Definición conceptual	92
3.2.2. Definición operacional	93
3.3.Metodología	95
3.3.1. Tipo de estudio	95
3.3.2. Diseño	95
3.4. Población y muestra.	96
3.4.1. Población.	96
3.4.2. Muestra	97
3.5. Método de investigación	99
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	99
3.7. Método de análisis de los datos	101

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

4.1. Presentación de los resultados	103
4.1.1. Análisis de los resultados	103
4.1.2. Prueba de hipótesis	104
4.2. Discusión de los resultados	108

<b>CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS</b>	113
-----------------------------------	-----

<b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA</b>	116
---------------------------------	-----

### **ANEXOS**

Anexo 1: Matriz de consistencia	
Anexo 2: Ficha técnica. Instrumento de recolección de datos	
Anexo 3: Cuestionarios	
Anexo 4: Base de datos de ambas variables	
Anexo 5: Resultados de la validez y confiabilidad de los instrumentos	
Anexo 6: Validación de instrumentos	

## LISTA DE TABLAS

	Página
<b>Tabla 1:</b> Matriz de operacionalización de la variable Marketing educativo	93
<b>Tabla 2:</b> Matriz de operacionalización de la variable Gestión educativa	94
<b>Tabla 3:</b> Distribución de la población	97
<b>Tabla 4:</b> Distribución de la muestra	98
<b>Tabla 5:</b> Juicio de experto variable 1	100
<b>Tabla 6:</b> Juicio de experto variable 2	100
<b>Tabla 7:</b> Estadística de fiabilidad variable Marketing educativo	100
<b>Tabla 8:</b> Estadística de fiabilidad variable Gestión educativa	101
<b>Tabla 9:</b> Descripción del Marketing educativo	103
<b>Tabla 10:</b> Descripción de la Gestión educativa	103
<b>Tabla 11:</b> Correlación de Spearman entre las variables Marketing educativo y la Gestión educativa	104
<b>Tabla 12:</b> Coeficiente de correlación de Spearman entre las variables marketing educativo y gestión educativa	106

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como problema general: ¿Cómo se relaciona el marketing educativo con la gestión en las instituciones educativas de la red 08 - UGEL 04, Puente Piedra - 2013? y el objetivo general fue determinar la relación del marketing educativo con la gestión en las instituciones educativas de la red 08 - UGEL 04, Puente Piedra - 2013.

El tipo de investigación fue básica de naturaleza descriptiva - correlacional, el diseño fue no experimental de corte transversal - correlacional. La muestra estuvo conformada por 133 docentes de la Red 08 - UGEL 04, Puente Piedra. Se aplicó la técnica de la encuesta con cuestionario tipo escala de Likert para ambas variables.

En la investigación, se ha encontrado que existe una alta correlación de  $r = 0,831$  y los resultados indicaron que existe relación positiva y significativa alta entre marketing educativo y gestión en las instituciones educativas de la Red 08 - UGEL 04, Puente Piedra – 2013, con un nivel de significancia de  $\alpha = 0,05$  y  $p = 0,000$ .

Palabras claves: Marketing educativo y Gestión educativa.



## **ABSTRACT**

The present research had as general problem: how marketing relates to the management education in the educational institutions of the net 08 - UGELs 04, Puente Piedra - 2013? and the overall objective was to determine the relationship of marketing to management education in the educational institutions of the net 08 - UGELs 04, Puente Piedra - 2013.

The basic type of research was a descriptive - correlational, non-experimental design was cross-sectional and correlational. The sample consisted of 133 teachers from the Red 08 - UGELs 04 Stone Bridge. Technique was applied questionnaire survey with Likert type scale for both variables.

On investigation, it was found that there is a high correlation of  $r = 0.831$  and the results indicated that there is high significant positive relationship between marketing and management education in Educational Institutions Network 08 - UGELs 04, Puente Piedra - 2013, with a significance level of  $\alpha = 0.05$  and  $p = 0.000$ .

Keywords: Marketing Education and Education Management.