

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
HOTELERÍA



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**USO DE LA VIDEOCONFERENCIA Y REDES SOCIALES, PARA CAPTAR
POSTULANTES EN LA UNIDAD DE POSGRADO – FACULTAD DE
INGENIERÍA GEOLÓGICA, MINERA, METALÚRGICA Y GEOGRÁFICA –
UNMSM, DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19**

(2020 – 2021)

Para optar el Título Profesional en Relaciones Públicas

AUTOR:

VERA BARBARAN, LUZ JANETTE

ASESOR:

Mag. Eyzaguirre Vallejos, Jannina Aida
(<https://orcid.org/0009-0007-3175-7988>)

Lima – Perú

2024

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 08-may.-2024 10:24 p. m. -05
 Identificador: 2374780423
 Número de palabras: 20352
 Entregado: 1

Índice de similitud	Similitud según fuente
20%	Internet Sources: 19% Publicaciones: N/A Trabajos del estudiante: 8%

USO DE LA VIDEOCONFERENCIA Y REDES SOCIALES, PARA CAPTAR POSTULANTES EN LA UNIDAD DE POSGRADO – FACULTAD DE INGENIERÍA GEOLÓGICA, MINERA, METALÚRGICA Y GEOGRÁFICA – UNMSM, DURANTE LA PANDEMIA DE COVI Por Luz Janette Vera Barbaran

1% match (Internet desde 24-dic.-2022)

<https://aulavirtual2.unfv.edu.pe/sitio/noticias/consecuencias-del-cambio-climatico-analizan-expertos-peruanos-y-extranjeros>

1% match (Internet desde 08-ene.-2007)

http://www.concytec.gob.pe/ProgramaCyT/FONCYC/informes/inf_579.pdf

1% match (Internet desde 13-dic.-2020)

https://es.wiki.hereiszyn.com/wiki/Pandemia_de_COVID-19_en_Per%C3%BA

< 1% match (Internet desde 05-oct.-2023)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/123473/Perez_DYY-Tello_CRK-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (Internet desde 30-dic.-2023)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/129228/Crisostomo_MRY-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (Internet desde 28-sept.-2023)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/122525/Aedo_PMF-Huamanciza_FWMF-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (Internet desde 07-mar.-2024)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/134572/Gonzales_BY-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (Internet desde 16-jul.-2023)

https://Repositorio.Ucv.Edu.Pe/bitstream/handle/20.500.12692/116885/Villanes_AE-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (Internet desde 28-mar.-2024)

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/136128/Garcia_DSA-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 06-feb.-2024)

[Submitted to Universidad TecMilenio on 2024-02-06](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 19-ene.-2024)

[Submitted to Universidad TecMilenio on 2024-01-19](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 21-ene.-2024)

[Submitted to Universidad TecMilenio on 2024-01-21](#)

< 1% match ()

[Acosta Neyra, Jesus Manuel. "Videoconferencia y aplicaciones de la derivada en los estudiantes de ingeniería del segundo ciclo de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, San Isidro - Lima", 'Baishideng Publishing Group Inc.', 2021](#)

< 1% match (Internet desde 08-sept.-2022)

https://www.researchgate.net/publication/272690523_Reingenieria_de_una_ontologia_de_estilos_de_aprendizaje_para_la_creacion_de_ot

< 1% match (Internet desde 20-feb.-2023)

https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Garcia-Penalvo/publication/305710017_La_socializacion_como_proceso_clave_en_la_gestion_del_conocimiento/links/579b30c308ae7b940a8c9dd-socializacion-como-proceso-clave-en-la-gestion-del-conocimiento.pdf

< 1% match (Internet desde 28-ene.-2023)

https://www.researchgate.net/figure/Diagram-of-T-Bar-Proportion-Gauge-tip-ie-Chus-Aesthetic-Gauges-Hu-Friedy-Inc_fig1_51398750

< 1% match (Internet desde 09-may.-2021)

<https://www.slideshare.net/silviaMndezHermndez/actividad-iv-80515718>

< 1% match (Internet desde 08-may.-2021)

<https://www.slideshare.net/padillaestudio/i-const-p-del-per-comentado-2005>

< 1% match (Internet desde 29-abr.-2021)

<https://www.slideshare.net/rajeprajep/redes-sociales-77410105>

< 1% match (Internet desde 18-ene.-2023)

<https://www.slideshare.net/sarahirui581/comparacion-de-metodos-de-pci>

< 1% match (Internet desde 28-ene.-2023)

<https://www.slideshare.net/rojs/mix-de-comunicacin-38265604>

< 1% match (Internet desde 09-ene.-2023)

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=4146&context=administracion_de_empresas

< 1% match (Internet desde 14-abr.-2023)

RESUMEN

Autoridades del país se vieron en la obligación de tomar medidas extremas, que incluyeron distanciamiento social y cierre de lugares, incluido instituciones educativas, con el objetivo de evitar el aumento de contagios por la pandemia COVID-19. Se reemplazó el contacto personal por el virtual, donde el rol de los medios de comunicación vía internet, jugaron un papel fundamental para dar continuidad a los servicios educativos.

Mediante el presente estudio se trata de demostrar la importancia que las redes sociales pueden tener en la difusión de información y captación de clientes, el objetivo fue demostrar justamente ese aspecto, para poder lograr no solo la difusión, sino la obtención del posicionamiento de la Unidad de Posgrado como una institución formadora de talentos y especialistas en diferentes ámbitos.

En este trabajo se analiza la estrategia de telemarketing vía videoconferencias y redes sociales, implementado por la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ingeniería Geológica, Minera, Metalúrgica y Geográfica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, con el fin de captar postulantes a las maestrías y doctorado que ofrecía en los procesos de admisión, durante el aislamiento social producto de la pandemia.

Los resultados obtenidos de este trabajo, indican que la Unidad de Posgrado logró captar la cantidad de postulantes estimados para los procesos de admisión 2020 y 2021 y contó con los recursos virtuales necesarios (software y hardware). Para este propósito, fue fundamental el uso del servicio de videoconferencias como el Google Meet y Zoom, asimismo de las redes sociales tales como Facebook, Whatsapp, Youtube e Instagram. También el uso del email fue esencial.

La investigación empleó un diseño no experimental de manera descriptivo – explicativo en un enfoque cuantitativo, con el análisis documental necesario para poder expresar el valor de los hechos, determinando además que se consiguieron los objetivos planteados, en la captación de estudiantes para las maestrías y doctorado ofertados.

PALABRAS CLAVE: Videoconferencia, redes sociales, pandemia, marketing, Google Meet, Zoom, Youtube, Messenger, Whatsapp, Instagram y email.

ABSTRACT

The country's authorities were forced to take extreme measures, which included social distancing and closure of places, including educational institutions, in order to avoid an increase in the number of infections caused by the COVID-19 pandemic. Personal contact was replaced by virtual contact, where the role of the media via the Internet played a fundamental role in providing continuity to educational services.

This study aims to demonstrate the importance that social networks can have in the dissemination of information and customer acquisition, the objective was to demonstrate just that aspect, in order to achieve not only the dissemination, but to obtain the positioning of the Graduate Unit as an institution that trains talents and specialists in different fields.

This work analyzes the strategy of Telemarketing via videoconferencing and the use of social networks, implemented by the Graduate Unit of the Faculty of Geological, Mining, Metallurgical and Geographic Engineering of the San Marcos National University, in order to attract applicants to the masters and doctoral programs offered in the admission processes, during the social isolation caused by the pandemic.

The results obtained from this work indicate that the Graduate Unit was able to attract the estimated number of applicants for the 2020 and 2021 admission processes and had the necessary virtual resources (software and hardware) for this purpose. The use of videoconferencing services such as Google Meet and Zoom was fundamental, as well as the use of social networks such as Facebook, WhatsApp, YouTube and Instagram. The use of email was also essential.

The research used a non-experimental descriptive-explanatory design in a quantitative approach, with the necessary documentary analysis to be able to express the value of the facts, also determined that the objectives were achieved, in the recruitment of students for the master's and doctoral programs offered.

KEYWORDS: Videoconference, social networks, pandemic, marketing, Google Meet, Zoom, YouTube, Messenger, WhatsApp, Instagram and email.