



**INSTITUTO PARA LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN  
UNIDAD DE POSGRADO**

**APLICACIÓN DEL TALLER DE MARKETING DIGITAL  
EN LA MEJORA DE COMPETENCIAS DIGITALES DE  
LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE  
UCAYALI, 2022**

**PRESENTADO POR  
ROLANDO ALBURQUEQUE CARREÑO  
ASESOR  
JORGE LUIS MANCHEGO VILLARREAL**

**TESIS  
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO  
DE MAESTRO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN EN E-LEARNING**

**LIMA, PERÚ  
2024**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**INSTITUTO PARA LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**APLICACIÓN DEL TALLER DE MARKETING DIGITAL EN LA  
MEJORA DE COMPETENCIAS DIGITALES DE LOS ESTUDIANTES  
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE UCAYALI, 2022**

**TESIS PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN EDUCACIÓN  
CON MENCIÓN EN E-LEARNING**

**PRESENTADO POR:  
ROLANDO ALBURQUEQUE CARREÑO**

**ASESOR:  
DR. JORGE LUIS MANCHEGO VILLARREAL**

**LIMA, PERÚ**

**2024**

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue determinar la influencia del desarrollo y la aplicación de un taller de marketing digital en el mejoramiento de competencias digitales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad. La metodología que se aplicó fue de un diseño cuasiexperimental, con un enfoque cuantitativo, de nivel explicativo y tipo aplicada. La población estuvo compuesta por 50 estudiantes, siendo considerados 25 estudiantes para el grupo experimental y 25 para el grupo control; todos pertenecientes al octavo, noveno y décimo ciclo de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Ucayali. Con la aplicación de la prueba de *T de student* se obtuvo una media de puntuación de 81.69 y 77.76, en el pretest y posttest del grupo control respectivamente; mientras que para el grupo experimental la media de puntuación aumentó de 75.24 a 96.04, en el pretest y posttest respectivamente, con un *p* valor de 0.000 ( $p < 0,005$ ). De este modo, se concluyó que la aplicación de un taller de marketing digital en estudiantes universitarios de Ciencias de la Comunicación mejora significativamente las competencias digitales.

**Palabras clave:** Competencias digitales; marketing digital.

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the influence of the development and application of a Digital Marketing workshop on the improvement of digital skills of Communication Sciences students at a university. The methodology that was applied was a quasi-experimental design, with a quantitative approach, explanatory level and applied type. Whose population was made up of 50 students, 25 students for the experimental group and 25 for the control group of the Communication Sciences major at the National University of Ucayali, eighth, ninth and tenth cycle of studies. The results show that by applying the student's T test, an average score of 81.69 and 77.76 was obtained in the pretest and posttest of the control group, respectively, while for the experimental group the average score increased from 75.24 to 96.04, in the pretest and posttest respectively; with a p value of 0.000 ( $p < 0.005$ ). Concluding that the application of a Digital Marketing workshop in university students of Communication Sciences significantly improves digital skills.

**Keywords:** Digital skills; digital marketing.

## REPORTE DE SIMILITUD

### Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**APLICACIÓN DEL TALLER DE MARKETIN  
G DIGITAL EN LA MEJORA DE COMPETE  
NCIAS DIGITALES DE LOS ESTUDIANTES**

AUTOR

**ROLANDO ALBURQUEQUE CARREÑO**

RECUENTO DE PALABRAS

**27221 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**155892 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**153 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**6.8MB**

FECHA DE ENTREGA

**Aug 28, 2024 10:04 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Aug 28, 2024 10:06 PM GMT-5**

#### ● 11% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados

#### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de Internet
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material bibliográfico
- Material citado