

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**PERSPECTIVAS Y POTENCIALIDADES DEL FACEBOOK COMO  
HERRAMIENTA DE POSICIONAMIENTO Y MEJORA DE LA IMAGEN  
INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN  
ANTONIO ABAD DEL CUSCO - 2016**

TESIS PRESENTADA POR:

**Bach. Nicolás Figueroa Conza**

**Bach. Melissa Libia Valencia Pareja**

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

ASESOR:

**Mg. Pedro Leonel Guzmán Calderón**

**CUSCO – PERÚ**

**2018**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y tiene como objetivo evaluar las potencialidades del Facebook como herramienta de posicionamiento institucional para proponer estrategias que permitan mejorar la Imagen de la Universidad. El tipo de investigación fue descriptiva y diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 23 Docentes, 40 Trabajadores Administrativos, 200 Estudiantes Regulares y 200 Alumnos del CEPRU, a quienes por separado se les aplicó una encuesta. Por otro lado, para poder ampliar la información acerca del tratamiento de Redes Sociales en la Universidad, se entrevistó a los encargados de administrar el FACEBOOK, que está a cargo del personal de Relaciones Públicas, también a los encargados de la Red de Comunicaciones y a un experto en Redes Sociales para poder tener mayores alcances acerca de nuestra investigación. Los datos analizados sugieren, mayor interés y financiamiento por parte de la Universidad, en temas de ampliación de redes inalámbricas así como la urgente necesidad de contar con un especialista en redes sociales para una mayor preparación y control de publicaciones lanzadas en el fan page que contribuyan al posicionamiento de la Universidad. El trabajo se desarrolló entre mediados 2016 y finales del 2017.

El tema en estudio tiene un valor teórico, práctico y metodológico, que está en pleno auge y está cambiando las formas de vida cotidiana de las personas y al ser aplicadas de manera adecuada apunta a ser un buen cómplice en el aprendizaje y posicionamiento de marca.

**PALABRAS CLAVES:** Facebook, Redes Sociales, Posicionamiento, Imagen Institucional.