



UAT



Facultad de Comercio  
y Administración Victoria

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS

FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN

VICTORIA

MAESTRIA EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

**“ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA Y SU IMPACTO EN LA  
IDENTIDAD UNIVERSITARIA EN UNIVERSIDADES DEL NORESTE  
DE MEXICO”**

Estudiante: Guillermo Balboa Alanís

Directores: Dr. José Alfredo Sánchez Aldape

Dra. Teresa Berenice Treviño Benavides

Ciudad Victoria, Tamaulipas. México.

## **Resumen**

La mercadotecnia es una de las disciplinas que más aportan a una organización, puesto que mediante ella la organización puede darse a conocer al cliente final. Así mismo, el crear una identidad entre los actores de interés de una empresa, especialmente en una Institución de Educación Superior. Por tal motivo, la presente investigación tiene por objetivo principal analizar el impacto de las estrategias de mercadotecnia en la creación de la identidad universitaria de los estudiantes en el noreste de México. Mediante la aplicación de una encuesta y el método de la Regresión Lineal Múltiple se pudo cumplir con el objetivo trazado, determinando los elementos del marketing digital que impacta en mayor medida a la identidad universitaria

**Palabras clave:** Marketing digital; identidad social universitaria; regresión lineal múltiple.