

CARRERA DE MARKETING

Facultad de Gestión

LÍNEAS DE EXTENSIÓN Y VINCULACIÓN

Abril de 2023

Docentes colaboradores del documento

Dr. Rubén Antonio Fernández Paredes

Mg. María Lucía Coronel Mereles

Abog. Laura Beatriz Mendoza

C.P. Caristina María Ibarrola Meza

Lic. Sonia Carolina Fleitas

Lic. Shirley María Sanabria

Mg. Ana Karina Prieto Godoy

Aprobado por Resolución del Decanato N° 034/2023

Las líneas de extensión y vinculación en la Carrera de Marketing de la Facultad de Gestión se consolida como una plataforma estratégica para el desarrollo social y económico. Nuestras acciones conectan el aula con el entorno real mediante la mercadotecnia social y el impulso comercial y la transformación digital de MIPYMES. Con un firme compromiso ético, promovemos el consumo responsable, el green marketing y la transparencia publicitaria, garantizando una gestión comercial inclusiva para sectores vulnerables. Asimismo, potenciamos la identidad local a través del marketing de destinos, construyendo así comunidades más sostenibles y conscientes de sus derechos.

Estas líneas buscan que la Facultad de Gestión de la UNIDA, a través de su Carrera de Marketing, transfiera sus conocimientos para mejorar la calidad de vida de su entorno, actuando como un puente entre la teoría académica y las necesidades reales de la sociedad.

A continuación, se detallan las principales líneas de extensión vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), basadas en prácticas universitarias actuales:

1. MERCADOTECNIA SOCIAL Y CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN CIUDADANA

ODS 3 Salud y bienestar

ODS 4 Educación de calidad

MISIÓN

La Misión de la UNIDA es: Promover la Educación Superior en todos los niveles formando profesionales capaces de contribuir para el desarrollo social y económico de la región y del país, buscando siempre la mejoría en la enseñanza y la satisfacción de sus alumnos, así como la producción de conocimiento a través de las investigaciones y servicios de extensión a la comunidad.

VISIÓN

La Visión de la UNIDA es: Ser reconocida como una Institución de referencia en el escenario educativo regional, proporcionado a la sociedad, profesionales de excelencia con valores éticos y capaces para integrarse a equipos multidisciplinarios e internacionales.

ODS 12 Producción y consumo responsables

Objetivo general: Desarrollar e implementar estrategias de comunicación y marketing social en alianza con organizaciones públicas y sin fines de lucro, destinadas a modificar conductas ciudadanas para promover la salud, la educación vial, la equidad de género y el cuidado del medio ambiente.

2. IMPULSO COMERCIAL Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE MIPYMES Y EMPRENDIMIENTOS

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico

ODS 9 Industria, innovación e infraestructura

Objetivo general: Fortalecer la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas locales mediante asesorías universitarias en investigación de mercados, diseño de planes de negocio, estrategias de ventas e implementación de canales de comercio electrónico para dinamizar la economía local.

3. MARKETING SOSTENIBLE, GREEN MARKETING Y CONSUMO RESPONSABLE

ODS 12 Producción y consumo responsables

ODS 13 Acción por el clima

Objetivo general: Fomentar la adopción de prácticas de marketing ecológico en el sector empresarial, promoviendo el co-diseño de productos, empaques sustentables, etiquetas transparentes y campañas de comunicación que eduquen a los consumidores hacia hábitos de compra responsables.

4. GESTIÓN COMERCIAL INCLUSIVA Y ACCESO A MERCADOS PARA SECTORES VULNERABLES

ODS 1 Fin de la pobreza

ODS 10 Reducción de las desigualdades

Objetivo general: Capacitar a asociaciones de productores rurales, artesanos, cooperativas de mujeres o minorías en técnicas de fijación de precios, canales de distribución directa y negociación comercial, eliminando intermediarios innecesarios para garantizar ingresos dignos y equitativos.

MISIÓN

La Misión de la UNIDA es: Promover la Educación Superior en todos los niveles formando profesionales capaces de contribuir para el desarrollo social y económico de la región y del país, buscando siempre la mejoría en la enseñanza y la satisfacción de sus alumnos, así como la producción de conocimiento a través de las investigaciones y servicios de extensión a la comunidad.

VISIÓN

La Visión de la UNIDA es: Ser reconocida como una Institución de referencia en el escenario educativo regional, proporcionado a la sociedad, profesionales de excelencia con valores éticos y capaces para integrarse a equipos multidisciplinarios e internacionales.

5. ÉTICA COMERCIAL, DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y TRANSPARENCIA PUBLICITARIA

ODS 16 Paz, justicia e instituciones sólidas

ODS 17 Alianzas para lograr los objetivos

Objetivo general: Promover la transparencia y la responsabilidad en el entorno comercial mediante observatorios universitarios que vigilen las buenas prácticas publicitarias, la protección de datos de los consumidores, el comercio honesto y el combate a la publicidad engañosa en medios tradicionales y digitales.

6. MARKETING DE DESTINOS Y DESARROLLO DE COMUNIDADES SOSTENIBLES

ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles

ODS 15 Vida de ecosistemas terrestres

Objetivo general: Diseñar estrategias de identidad de marca, posicionamiento y marketing territorial para municipios o comunidades emergentes, impulsando el turismo sostenible, la valorización del patrimonio cultural local y la atracción de inversiones responsables.



MISIÓN

La Misión de la UNIDA es: Promover la Educación Superior en todos los niveles formando profesionales capaces de contribuir para el desarrollo social y económico de la región y del país, buscando siempre la mejoría en la enseñanza y la satisfacción de sus alumnos, así como la producción de conocimiento a través de las investigaciones y servicios de extensión a la comunidad.

VISIÓN

La Visión de la UNIDA es: Ser reconocida como una Institución de referencia en el escenario educativo regional, proporcionado a la sociedad, profesionales de excelencia con valores éticos y capaces para integrarse a equipos multidisciplinarios e internacionales.