



CÓDIGO DE ÉTICA

CARRERA DE
MARKETING

Facultad de Gestión



CÓDIGO DE ÉTICA

Carrera de Marketing

Primera Parte

INTRODUCCIÓN

El Código de Ética de la Carrera de Marketing de la Facultad de Gestión, se halla enmarcada dentro de los principios, valores, misión y visión de la Universidad de la Integración de las Américas (UNIDA).-

La Carrera de Marketing de la Facultad de Gestión de la Universidad de la Integración de las Américas – UNIDA – se halla comprometida con los principios de respeto y observancia de las normas de comportamiento de los diversos integrantes de la comunidad académica.-

El presente Código de Ética es concebido como un instrumento formativo integral y un modelo de conducta para todos los integrantes de la Comunidad Educativa.-

Segunda Parte

VALORES INSTITUCIONALES

Son valores éticos fundamentales de la Universidad de la Integración de las Américas – UNIDA: la honorabilidad, honestidad, responsabilidad, justicia, tolerancia, lealtad, solidaridad con que todos quienes forman la Comunidad Educativa deben tener, incluyendo sus estudiantes, autoridades, docentes, personal administrativo y trabajadores en general.-

La UNIDA considera que lo más importante en toda estructura, es la persona, su integridad, dignidad y bienestar.

Tercera Parte

VALORES ÉTICOS DE LA CARRERA DE MARKETING

Tomando como base los valores éticos de la UNIDA, en la Carrera de Marketing rigen los siguientes valores:

- Responsabilidad social
- Ética
- Lealtad
- Sentido de pertenencia.



- Respeto
- Compromiso con la calidad, eficiencia y eficacia

TITULO I. De los principios

CAPITULO I. Disposiciones Generales

Artículo 1.- El presente Código de Ética tiene por objeto fijar los valores y principios de la comunidad educativa de la Carrera Marketing de la Facultad de Gestión de la UNIDA y establecer en función a ellos, pautas de conducta que deberán ser cumplidas por toda persona que forme parte de la Carrera, incluyendo a estudiantes, docentes, colaboradores y directivos. -

Artículo 2.- Constituye la finalidad del presente Código promover, entre los estudiantes, directivos, docentes y funcionarios el fortalecimiento de actitudes y prácticas de convivencia fraternal, pacífica y armónica.-

Artículo 3.- Las normas contenidas en este Código son obligatorias y la enumeración de las conductas de acción exigidas son meramente enunciativas.

Artículo 4.- En la interpretación de las normas de este Código, se tendrán en cuenta, la finalidad de las mismas y la equidad, siempre en relación con los valores éticos, en el marco del respeto de los derechos individuales y la vigencia de las garantías constitucionales.-

CAPITULO II. Principios Éticos de los Estudiantes

Los estudiantes son los actores claves y protagonistas del proceso de enseñanza – aprendizaje constituyen la razón de ser de la Institución y como tal deben ajustar su conducta a los valores éticos universalmente establecidos y al Código de Ética de la carrera.-

Los mismos deben concebir el cumplimiento de los valores y principios del Código de Ética como compromiso consigo mismo, con la Universidad y con la Sociedad.-

Artículo 5.- Son principios éticos de los estudiantes de la Carrera de Marketing de la Facultad de Gestión de la UNIDA:

a) Honestidad: respetar la propiedad intelectual tales como investigaciones, ensayos, trabajos prácticos y proyectos, mantener en reserva cualquier información sobre pruebas, exámenes y cualquier otra evaluación de carácter confidencial.-

Evitar procedimientos incorrectos como copiar en los exámenes, coimear, tráfico de influencia, acoso sexual y sicológico o de cualquier otro tipo, apropiarse de cualquier tipo de información, documento o trabajo.-

- b) Respeto:** Cuidar la integridad y la honra de las personas que conforman la Comunidad educativa, y respetar las sedes universitarias, sus instalaciones y equipamientos.-
- c) Sentido de Justicia:** Buscar y aceptar el equilibrio y la verdad en las decisiones personales y de los demás; aceptar la distribución de deberes y derechos entre los miembros de la comunidad educativa; respetar el orden jurídico establecido; no desarrollar actividades de proselitismo, propaganda político-partidista o religiosa, en los predios universitarios.
- d) Solidaridad:** Colaborar con quien lo necesite, a través de acciones desinteresadas en beneficio de otros y de objetivos y proyectos de interés común.
- e) Tolerancia:** Aceptar a los demás como son, con sus defectos y cualidades; respetar su integridad personal y opiniones, aunque sean distintas a las propias, entendiendo que la diversidad enriquece a una comunidad; no realizar actividades discriminatorias de ningún tipo, sean de carácter racial, político o religioso.
- f) Responsabilidad:** Actuar con compromiso, madurez, responsabilidad y puntualidad en las actividades universitarias y en todos los actos en los que participen de forma académica y social.
- g) Lealtad:** Ser consecuentes con los principios de la Universidad y colaborar con la Institución y sus autoridades en caso de requerir su intervención para aclarar cualquier investigación acerca de violación al Código de Ética vigente.

CAPITULO III. Principios Éticos de los Docentes

Los docentes son los principales responsables de la formación integral de los estudiantes, expresada en la Misión Institucional y el proyecto educativo institucional y el perfil de egreso.

Artículo 6.- Son principios éticos de los docentes de la Carrera de Marketing de la Facultad de Gestión de la UNIDA:

- a) Vocación:** como entusiasmo, compromiso, servicio, confianza en el poder de la educación e interés genuino en la formación del estudiante.-
- b) Competitividad:** Competente en la materia de su especialidad, con el objetivo de mejorar la calidad académica, que signifique un beneficio en la perfectibilidad del ser humano.-
- c) Capacidad:** Cumplir su función en el desempeño y desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, difundir sus ideas y conocimientos de forma eficiente y eficaz.-

- d) Responsabilidad:** El docente debe prepararse para la comunicación didáctica del saber, a través del dominio de estrategias metodológicas adecuadas; que su actuar siempre esté apegado a la normativa institucional.-
- e) Decoro:** Observar siempre una actitud honesta y digna en su proceder, en cualquier ambiente en donde se desempeñe, por la imagen que proyecta hacia los estudiantes y por su calidad de formador.-
- f) Prudencia:** Actuar siempre con cautela y de una manera adecuada, reflexionando y considerando siempre los efectos que pueden producir las palabras y acciones en las personas, frente a las situaciones ordinarias de la vida.
- g) Eficiencia:** Tener la disposición de alcanzar los contenidos de los programas de estudio y cumplir los objetivos establecidos en los mismos, implementando nuevos métodos en el proceso de enseñanza – aprendizaje, que ayuden a mejorar el rendimiento académico de los estudiantes.-
- h) Lealtad y colaboración:** Ser leal a la Universidad, mantener un sentido de colaboración con las autoridades, docentes y estudiantes, demostrando comprensión y tolerancia en sus relaciones interpersonales.-
- i) Abstención en su actuar:** No hacer declaraciones o suscribir documentos, para los cuales no esté expresa y legalmente autorizado.-
- j) Idoneidad:** Tener la certeza y confianza que sus conocimientos generales y particulares le permitirán desempeñar eficazmente su labor docente, para garantizar la excelencia académica.-
- k) Tolerancia:** Permitir opiniones o conductas que son distintas o contrarias a las propias, respetar las ideas de otras personas.-
- l) Preocupación permanente por el fortalecimiento de la personalidad moral de sus estudiantes:** desarrollar su conciencia y juicio moral; su autoconocimiento, la empatía y la perspectiva social, los valores morales y sus sentimientos, de manera que quienes egresen de nuestras aulas, tengan aquellos hábitos y virtudes que la sociedad espera de ellos y valora como un real aporte a su bienestar. -

CAPITULO IV. Principios Éticos de los Directivos y Funcionarios

Las autoridades de la Carrera son los responsables directos de la aplicación del Código de Ética y de orientar la ejecución del Plan de Desarrollo con una visión ética inspirada en los valores institucionales.

Artículo 7.- Son principios rectores de los directivos y funcionarios en general:

a) Honradez e Integridad: respetar, proteger y administrar correctamente los bienes de la Institución, sin buscar el beneficio privado.

Evitar que su conducta este en conflicto de interés con su vida personal y profesional. -

b) Responsabilidad: como capacidad de reconocer y hacerse cargo de las consecuencias de las propias acciones u omisiones, competencia para evaluar las consecuencias y tomar las medidas correctivas para alcanzar los objetivos de la Institución.

Que la información suministrada a los organismos de control y a los directivos sea completa, veraz, precisa y oportuna y expresión del fiel cumplimiento del presente Código.

c) Eficiencia: aptitud y actitud para lograr resultados con la máxima calidad posible y con la mayor economía posible.

c) Sentido de Justicia: Actuar de acuerdo con las Leyes, Decretos, Regulaciones y respetar el presente Código de Ética.

d) Solidaridad: Colaborar con quien lo necesite, a través de acciones desinteresadas en beneficio de otros y de objetivos y proyectos de interés común.

h) Lealtad: Ser consecuentes con la Universidad y colaborar con la Carrera y sus autoridades en caso de requerir su intervención para aclarar cualquier investigación y sumario de violación al Código de Ética vigente.

i) Conciencia moral: el juicio moral, el autoconocimiento, la empatía y la perspectiva social, los valores morales y los sentimientos, de manera que quienes egresen de nuestras aulas, tengan principios y valores que la sociedad espera de ellos y valora como un real aporte a su bienestar.

TITULO II. Ejecución e implementación del presente Código de Ética

Las autoridades, de la Carrera de Marketing como principales beneficiarios de la gestión ética se comprometen a establecer mecanismos de difusión a través de cursos de capacitación, campañas de promoción y motivación en claustros de profesores y jornadas con estudiantes y funcionarios, con el propósito de incorporar los valores éticos en el Curriculum y en los programas de estudios y en el desarrollo de la Responsabilidad Social Universitaria.-

TITULO III. Disposiciones finales

Artículo 8.- El presente reglamento entra en vigor luego de su aprobación por el Consejo de Facultad.-