

## La Difusión del Trabajo Académico Como Parte Fundamental de la Mercadotecnia Educativa

**Juan Manuel Chávez Escobedo**

Universidad Autónoma de Nuevo León  
[chavezmaster10@gmail.com](mailto:chavezmaster10@gmail.com)

**Juan Guadalupe Martínez Macías**

Universidad Autónoma de Nuevo León  
[juangpemtzm@gmail.com](mailto:juangpemtzm@gmail.com)

**Raúl Dávila Garza**

Universidad Autónoma de Nuevo León  
[davilaraul48@gmail.com](mailto:davilaraul48@gmail.com)

### Resumen

En la actualidad la sociedad esta inmersa en cambios y avances tecnológicos y científicos que han permitido cambiar paradigmas y generar conocimiento aplicable al bienestar común, el trabajo docente es de vital importancia para la generación y aplicación de líneas de conocimiento, así mismo la investigación que se produce en los recintos educativos coadyuva a la mejora de la sociedad, estos esfuerzos cobran importancia al ser difundidos con asertividad a los públicos indicados de una sociedad en la cual encontrarán aplicabilidad cotidiana para el desarrollo continuo del bienestar humano.

### Abstract

Today society is immersed in change and scientific and technological advances that have allowed changing paradigms and generate knowledge applicable to the common good, the teaching work is of vital importance for the generation and application of knowledge lines, also the research produces educational campuses contributes to the betterment of society, these efforts become important to be disseminated to the public assertiveness indicated a

society where everyday find applicability for the continued development of the human being.

**Palabras Clave/ Key Words:** Mercadotecnia Educativa, Difusión, Trabajo Académico/ Educational Marketing, Diffusion, Academic Work.

---

## Introducción

El Trabajo Académico es una tarea ardua que se desempeña por profesionales en los distintos niveles educativos en el mundo entero, es un pilar para los países, pues en el descansa una responsabilidad ciudadana y su éxito puede coadyuvar al desarrollo armónico de un país y lograr beneficios para la humanidad.

En la actualidad en nuestro país se han venido dando varias acciones educativas que llevan el deseo de mejorar los procesos administrativos escolares, de gestión y ejecución, nuestro Sistema Educativo Mexicano (SEM) esta compuesto por diversos niveles que se ilustran enseguida:

- Preescolar
- Primaria
- Secundaria
- Bachillerato
- Licenciatura
- Especialidad
- Maestría
- Doctorado

En este trabajo nos enfocaremos al nivel superior que comprende Licenciatura, Especialidad, Maestría y Doctorado.

La Difusión de tan noble labor no siempre se lleva a cabo adecuadamente y la comunidad académica merece un reconocimiento social que les permita a los educadores servir de motivación para continuar con su labor tan importante para el país y el mercado global.

### **Marco Referencial**

La Mercadotecnia es según Kotler un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

La American Marketing Association la define como la actividad, set de instituciones y procesos de creación, comunicación, entrega e intercambio de ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.

Sin duda alguna la Mercadotecnia tiene que ver con procesos administrativos, trata de satisfacer las necesidades y/o deseos de los clientes y pretende generar relaciones entre los mercados y la empresa a la cual le otorga beneficios; hoy en día las empresas poseen distintas áreas funcionales que coadyuvan al desarrollo empresarial tales como:

- Mercadotecnia
- Recursos Humanos
- Finanzas
- Producción entre otras.

Estas áreas están organizadas y cada una de ellas posee departamentos clave para el desarrollo empresarial, la mercadotecnia es una pieza fundamental en el engranaje empresarial.

La Mercadotecnia tiene para su estudio cuatro pilares que son comúnmente llamados “cuatro p” y son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Cada una de estas tiene una importancia trascendental, ya que el producto es aquello que se oferta a los mercados, el precio es el valor del producto para el mercado, la plaza se refiere

al lugar y distribución del producto y la promoción a la difusión del producto, darlo a conocer a los mercados, es en esta “P” nuestro trabajo se enfoca, pues si bien es cierto que el trabajo académico se realiza, consideramos debe darse a conocer a través de la difusión ya que está inmersa en la “P” de la Promoción.

La Mercadotecnia Educativa podemos decir que es un proceso integral en el cual una institución educativa genera procesos administrativos, desarrolla estrategias, planea acciones dirigidas al bienestar de sus clientes (alumnos, padres de familia, empresas, gobierno, sociedad en general) así mismo se establecen comunicaciones con los clientes y se prevé una relación emocional y duradera.

La Mercadotecnia Educativa utiliza los medios de la “P” de Promoción para llegar a cumplir su misión y en el ámbito educativo la difusión del trabajo académico presenta áreas de oportunidad, ya que generalmente la difusión y los mensajes que las instituciones dan a los distintos sectores de la sociedad se basan en otros atributos y no necesariamente en el trabajo académico, es en éste en donde nos enfocaremos.

### **Método**

Para la realización de este ensayo se utiliza análisis reflexivo dentro de un marco cualitativo, así como la observación de los docentes autores específicamente en el caso de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

### **Desarrollo**

La Universidad Autónoma de Nuevo León es una Institución de Educación Superior que ofrece servicios educativos en el Norte del País, una de sus dependencias educativas es la Facultad de Contaduría Pública y Administración que oferta cuatro Licenciaturas:

- Licenciatura en Contaduría Pública
- Licenciatura en Administración
- Licenciatura en Tecnologías de Información
- Licenciatura en Negocios Internacionales

Así como Maestría en Administración con Orientación en:

- Gestión de Capital Humano
- Gestión Pública
- Mercadotecnia
- Tecnologías de Información

Maestría en Contaduría con Orientación en:

- Auditoría
- Contabilidad Internacional
- Costos y Presupuestos
- Finanzas
- Impuestos y Estudios Fiscales

Maestría en Negocios Internacionales

Doctorado en Contaduría

Doctorado en Filosofía con Especialidad en Administración.

En el caso de los profesores de nivel superior de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León de acuerdo a la normatividad vigente estos tienen como funciones:

- Docencia
- Investigación
- Extensión y Difusión del Conocimiento y Cultura

De acuerdo a las funciones antes descritas, la observación de quienes escribimos presenta lo siguiente:

En Referencia a docencia, está se ejerce con regularidad y con calidad de acuerdo a distintos indicadores institucionales como lo son la percepción del estudiante, de los jefes de carrera y del personal del departamento académico, para tal efecto existen dentro de la facultad aspectos relevantes como lo son:

- Programas educativos acreditados por CACECA (Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración).

- Programas Acreditados en CIEES (Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, A.C.).
- Certificación ISO 9001:2008 en sus procesos académico-administrativos.
- Facultad Miembro de ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración).

Esto entre otros aspectos que sirven de referencia para tener un estimado del estado que guarda la facultad y de varios de sus rubros como docencia, investigación y difusión del conocimiento y cultura.

En lo que respecta a Investigación existen Cuerpos Académicos y Docentes con Perfil Deseable PROMEP, así como Miembros del SNI, además varios docentes son miembros de colegios y asociaciones profesionales como el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Asociación de Profesores de Contaduría y Administración en México, Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, entre otros, en lo que se refiere a la extensión del conocimiento y difusión de la cultura, existen programas de intercambio académico, participación en trabajos comunitarios y en eventos internacionales como congresos, foros, simposiums, entre otros donde los docentes presentan sus trabajos científicos y académicos, así como culturales.

Los Académicos contribuyen a la formación integral del futuro profesionista y la facultad puede y debe difundir el trabajo docente, si bien es cierto que en los informes, asambleas y página web de la facultad y de la Universidad existen espacios donde se difunde el que hacer docente se requieren más espacios y sobre todo un programa definido de difusión del trabajo académico.

## Conclusión

El trabajo docente es un pilar fundamental en las instituciones de educación, en este caso se recomienda elaborar una revista de difusión del trabajo académico que pueda distribuirse en la facultad, en la universidad y sus diversas dependencias, así como en cámaras empresariales, colegios, empresas y gobierno; en la actualidad existen publicaciones científicas e indexadas, pero su naturaleza es distinta, pues difunden trabajos científicos y esto es muy provechoso, pero falta una revista académica de difusión donde se pueda comunicar trabajo cultural, comunitario, labor social y reseñas de participaciones de docentes e investigadores en congresos, foros, simposiums, paneles, conferencias entre otros, así mismo se sugiere la creación de un blog institucional por carrera o programa educativo donde puedan fluir noticias de eventos científicos, académicos y culturales con el fin de ser vehículos para que los docentes participen con sus contribuciones en la generación y difusión de conocimiento, así como de extensión de la cultura.

Esta propuesta que se esboza sirve para dar a conocer a los distintos públicos el que hacer de los docentes así como su relevancia social y cultural en pro de un mejor país.

## Bibliografía

- Coll-Palacios- Marchesi (1992). Desarrollo Psicológico y Educación. Madrid: Alianza.
- Martínez Juan G, Chávez Juan M. y Dávila Raúl (2014).Evaluación del Docente Universitario Desde la Perspectiva Estudiantil. Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa. 1(1).
- Senge, Peter (2005). La Quinta Disciplina. Buenos aires: Granica.

## Web

<http://marketingeducativo.mx/2012/06/14/que-es-la-mercadotecnia-educativa-fase-i/>

<http://www.merca20.com/que-es-la-mercadotecnia-5-definiciones/>

<http://www.merca20.com/philip-kotler-da-su-definicion-de-mercadotecnia/>

[http://www.facpya.uanl.mx/oferta\\_academica](http://www.facpya.uanl.mx/oferta_academica)