

REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN E INTERACCIÓN DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

1. ANTECEDENTES

A través del Instituto de investigaciones Económicas y Empresariales, durante la gestión 2006 la Carrera de Ingeniería Comercial, presenta el proyecto de equipamiento titulado “Implementación de un Laboratorio de publicidad y marketing”, para su consideración, aprobación y posterior financiamiento a través de los recursos IDH otorgados a la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFX), comenzado sus actividades durante el año 2007, consolidándose a través de la adquisición de equipamiento complementario y la dotación de recursos humanos – docentes y estudiantes becarios – para el desarrollo de sus actividades.

Durante la gestión 2008 se gestiona a través del Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales la contratación de docentes investigadores que trabajen de forma exclusiva en las Carreras dependientes de ésta Unidad Facultativa, es así que la Carrera de Ingeniería Comercial, conforma una Unidad de Investigación e Interacción, que tiene por finalidad monitorear los trabajos de investigación desarrollados por los estudiantes en las diferentes modalidades de graduación; así como la prestación de servicios al sector empresarial a través del Gabinete de Marketing y Publicidad, vinculando de este modo a los estudiantes de la Carrera con el entorno laboral, profundizando la práctica laboral e investigativa, como componente fundamental del proceso docente educativo.

A la fecha la Carrera de Ingeniería Comercial, cuenta con docentes asignados a la Unidad de Investigación e Interacción y al Gabinete de Marketing, estudiantes becarios – mediante la beca investigación, beca interacción y beca internado – equipamiento y mobiliario adecuado y suficiente para su funcionamiento y correspondiente prestación de servicios a docentes, estudiantes y sector empresarial.

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- La Unidad de Investigación e Interacción, depende directamente de la Dirección de la Carrera de Ingeniería Comercial, perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Habiendo sido creada para el desarrollo de los trabajos de investigación en las diferentes modalidades de graduación; promover y desarrollar prácticas laborales e investigativas, a través de la prestación de servicios en el área del marketing y la publicidad.

Art. 2. Los objetivos de la Unidad de Investigación e Interacción son los siguientes:

- Monitorear el desarrollo adecuado y rigurosidad científica de los trabajos de investigación realizados por los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial, en las diferentes modalidades de graduación.
- Vincular a los estudiantes con el medio empresarial, a través de la práctica laboral e investigativa.
- Fortalecer los procesos de extensión e interacción social entre la Carrera de Ingeniería Comercial y el sector empresarial.
- Brindar servicios profesionales especializados al sector empresarial en el área del marketing y publicidad.
- Capacitar a docentes y estudiantes en el uso de diferentes herramientas informáticas específicas a las áreas de marketing, publicidad y gestión empresarial.

Art. 3.- Los principios bajos los cuales la Unidad de Investigación e Interacción de la Carrera de Ingeniería Comercial, enmarca su actividad, son:

- Pertinencia.
- Servicio fundamental. Pertinente y ético.
- Honestidad.
- Competitividad.
- Calidad y talento humano.
- Responsabilidad.
- Compromiso.

CAPITULO II

DE LOS SERVICIOS DIRIGIDOS A ESTUDIANTES Y DOCENTES

Art. 4. La Unidad de Investigación e Interacción, brinda los siguientes servicios dirigidos a los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial:

- Apoyo y seguimiento al desarrollo de trabajos en las diferentes modalidades de graduación, que van desde el registro y verificación de duplicidad del tema a investigar en coordinación con los docentes de las asignaturas de Seminario I y II, llenado del check list, hasta el seguimiento a los tiempos de revisión y defensa ante tribunal respectivo.
- Ofertar plazas para el desarrollo de internados, trabajos dirigidos y practicas laborales de acuerdo a los requerimientos y demandas de empresas e instituciones locales o nacionales, en sujeción al Reglamento de Graduación de la Carrera de Ingeniería Comercial.
- Realización de cursos, seminarios y talleres de capacitación dirigidos a estudiantes y docentes que les permitan generar y complementar sus competencias profesionales básicas y específicas en el área de marketing y publicidad.
- Ofertar plazas para el desarrollo de becas investigación y becas interacción, en los diferentes proyectos que se encuentren desarrollando en la Unidad de Investigación e Interacción y el Gabinete de Marketing y Publicidad.
- Apoyo en el desarrollo de actividades de investigación, extensión e interacción social, planificadas en las diferentes asignaturas de la Carrera de Ingeniería Comercial, según cronograma a ser establecido en coordinación con los docentes de dichas asignaturas.

CAPITULO III

DE LOS SERVICIOS OFERTADOS A LAS EMPRESAS E INSTITUCIONES

Art. 5. La Unidad de Investigación e Interacción, puede ofertar los siguientes servicios a empresas e instituciones:

- **Servicios de investigación de mercados**

- a) *Definición del problema de decisión gerencial y de mercados*: implica la determinación del propósito del estudio, para lo cual se realizará el análisis de información secundaria y entrevistas con decisores
 - b) *Desarrollo del planteamiento del problema*: incluye la formulación de objetivos; preparación de preguntas e hipótesis a investigar, e identificación de las características y factores que puedan influir en el diseño de la investigación.
 - c) *Formulación de un diseño de investigación*: desarrollo del plano o estructura que sirve para ejecutar o llevar adelante la investigación.
 - d) *Trabajo de campo*: que incluye la selección, capacitación y supervisión de entrevistadores o encuestadores, así como el proceso de recolección de datos propiamente dicho.
 - e) *Transcripción y análisis de datos*: incluyen la edición, codificación, transcripción, verificación y análisis de los datos recolectados en el trabajo de campo.
 - f) *Preparación y presentación de informes*: que consiste en la preparación y presentación de documentos en los que se consigne el problema de investigación, el diseño de instrumentos de recolección, procedimientos de análisis, así como la presentación de los hallazgos de mayor importancia.
- **Servicios de asesoramiento en marketing**
- a. *Diagnósticos empresariales*: implica la recolección de información primaria y secundaria, para desarrollar un análisis del ambiente externo e interno del negocio, un análisis de la competencia con la finalidad de proporcionar una visión de la situación actual de la empresa.
 - b. *Elaboración de planes de negocio*: para emprender nuevas iniciativas empresariales, las cuales incluyen análisis del entorno, investigación de mercado, estrategias de marketing, operaciones de producción, organización y recursos humanos, análisis económico financiero, requisitos legales, entre otros.
 - c. *Formulación de estrategias de marketing*: en base a investigaciones de mercado y diagnósticos empresariales, se plantean y desarrollan estrategias tanto de marketing operativo como de marketing estratégico, para empresas e instituciones.
- **Servicios de publicidad**
- a. *Estrategias de comunicación*: que consiste en la definición del público meta, formulación de objetivos de comunicación, formulación de la estrategia de mensaje, identificación de actividades de comunicación, plan de medios, presupuesto, entre otros.

- b. *Diseño del concepto central de la campaña:* en base a la información primaria y/o secundaria se identifica el tema principal sobre el que se realiza el esfuerzo comunicacional, desarrollando el mensaje teniendo en cuenta al público meta y la capacidad del emisor o empresa anunciante.
- c. *Diseño gráfico de material impreso:* incluye la publicidad externa, gigantografías, paneles, carteles y afiches, así como gráficos publicitarios en prensa, revistas, trípticos, dípticos, folletos, entre otros.
- d. *Elaboración de material audiovisual:* planificación y producción de spots televisivos y jingles radiales, así como recursos multimedia generados para la difusión a públicos meta específicos.

CAPITULO IV

DEL FINANCIAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

Art. 6. Los sueldos de los docentes encargados de la Unidad de Investigación serán cubiertos por la USFX, mismos se encuentran contemplados en la carga horaria docente asignada a la Carrera de Ingeniería Comercial.

Art. 7. Los materiales y suministros necesarios para el funcionamiento de la Unidad de Investigación e Interacción serán incorporados en el Plan Operativo Anual de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Art. 8. Los recursos generados por la Unidad de Investigación e Interacción a través de la venta de servicios – de capacitación o de asesoramiento al sector empresarial - serán administrados por la Oficina de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en el marco de la normativa vigente.

Art. 9. Se presentarán informes de ingresos detallados tanto a la Dirección de la Carrera de Ingeniería Comercial y al Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, mismos que serán preparados por los docentes responsables de la Unidad de Investigación e Interacción, finalizada la actividad generadora de ingresos.

Art. 10. La Unidad de Investigación e Interacción a través de la Carrera de Ingeniería Comercial, podrá solicitar la adquisición o renovación de su equipamiento a través de la elaboración de proyectos, mismos que serán presentados a las instancias universitarias pertinentes para su consideración y posterior aprobación.

CAPITULO V

DEL GABINETE DE MARKETING Y PUBLICIDAD

Art. 13. El Gabinete de Marketing y Publicidad es un anexo de la Unidad de Investigación de interacción de la Carrera de Ingeniería Comercial, que tiene como principal función prestar servicios de investigación de mercados, asesoramiento en marketing y servicios publicitarios.

Art. 14. Su funcionamiento será bajo la coordinación de un docente, que tendrá la labor de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades desarrolladas, velando por la calidad de los servicios ofertados, así como el cuidado de los equipos.

Art. 15. El docente responsable del Gabinete de Marketing y Publicidad deberá coordinar las actividades con el docente responsable de la Unidad de Investigación e Interacción y el Director de la Carrera de Ingeniería Comercial, para posibilitar el cumplimiento del plan operativo anual y del plan estratégico institucional.

Art. 16. Anualmente se gestionará a través de la Dirección de Carrera de Ingeniería Comercial la asignación de estudiantes becarios de últimos cursos, mismos que tendrán la labor de brindar apoyo a las actividades realizadas por el Gabinete de Marketing y Publicidad.

CAPITULO VI

DE LOS DOCENTES COORDINADORES Y SUS FUNCIONES

Art. 16. Los docentes coordinadores son designados por el Rector de la Universidad, a partir de una terna presentada por el H. Consejo Facultativo, misma que debe ser conformada a través de un proceso de concurso de méritos. Al cabo de tres contratos consecutivos los docentes adquirirán su continuidad laboral.

Art. 17. El docente coordinador de la Unidad de Investigación e Interacción es el responsable del funcionamiento de ésta unidad incluyendo el Gabinete de Marketing y Publicidad, debiendo desarrollar sus funciones bajo dependencia directa del Director de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Art. 18. Las funciones del docente coordinador de la Unidad de Investigación e Interacción son:

1. Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la Unidad de Investigación e Interacción.

2. Supervisar el desarrollo de las actividades de los miembros de la Unidad de Investigación y del Gabinete de Marketing y Publicidad.
3. Velar por la calidad de los servicios prestados tanto a estudiantes, docentes, como a empresas e instituciones.
4. Coordinar la realización de actividades de investigación, extensión e interacción social con docentes, Dirección de Carrera de Ingeniería Comercial y Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
5. Realizar actividades para comunicar los servicios ofertados por Unidad de Investigación.
6. Gestionar convenios con empresas e instituciones locales, para posibilitar plazas para el desarrollo de internados, trabajos dirigidos y prácticas laborales, para los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial.
7. Proponer y gestionar la ejecución de proyectos de investigación, extensión e interacción.
8. Realizar seguimiento y apoyo a los estudiantes que realizan trabajos de investigación en las diferentes modalidades de graduación.
9. Asistir a las reuniones en representación de la Unidad de Investigación e Interacción de la Carrera de Ingeniería Comercial.
10. Informar de las decisiones tomadas en las reuniones a Dirección de Carrera de Ingeniería Comercial.
11. Solicitar recursos económicos para el funcionamiento de la Unidad de Investigación e Interacción, a través de Dirección de Carrera de Ingeniería Comercial.
12. Presentar informes sobre las actividades y servicios desarrollados por la Unidad de Investigación e Interacción.
13. Controlar el uso adecuado de los equipos y solicitar el mantenimiento respectivo.

Art. 19. El docente coordinador del Gabinete de Marketing y Publicidad debe desarrollar sus funciones en coordinación con el docente responsable de la Unidad de Investigación e Interacción, bajo la dependencia directa del Director de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Art. 20. Las funciones del docente coordinador del Gabinete de Marketing y Publicidad son:

1. Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades del Gabinete de Marketing y Publicidad
2. Supervisar el desarrollo de las actividades de los miembros del Gabinete de Marketing y Publicidad.
3. Velar por la calidad de los servicios prestados a empresas e instituciones.

4. Coordinar la realización de actividades de capacitación y asesoría en marketing y publicidad con Dirección de Carrera de Ingeniería Comercial y Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
5. Realizar actividades para comunicar los servicios ofertados por el Gabinete de Marketing y Publicidad.
6. Gestionar convenios con empresas e instituciones locales, para posibilitar la venta de servicios.
7. Proponer y gestionar la ejecución de proyectos de investigación, extensión e interacción.
8. Asistir a las reuniones en representación del Gabinete de Marketing y Publicidad de la Carrera de Ingeniería Comercial.
9. Informar de las decisiones tomadas en las reuniones a Dirección de Carrera de Ingeniería Comercial.
10. Solicitar recursos económicos para el funcionamiento del Gabinete de Marketing y Publicidad
11. Presentar informes sobre las actividades y servicios desarrollados por el gabinete.
12. Controlar el uso adecuado de los equipos y solicitar el mantenimiento respectivo.

CAPITULO VII

DE LOS ESTUDIANTES, DERECHOS Y OBLIGACIONES

Art. 21. Los estudiantes becarios tanto en la Unidad de Investigación e Interacción, como en el Gabinete de Marketing y Publicidad, cumplen la función de coadyuvar en los servicios prestados y participar en los proyectos de investigación, extensión e interacción a los que fueren asignados.

Art.22. Son derechos de los estudiantes becarios:

1. Ser asistido y orientado por parte de los docentes responsables de la Unidad de Investigación e Interacción y del Gabinete de Marketing y Publicidad.
2. Ser respetados por su condición de estudiante, su libertad de opinión e ideología.
3. Ser remunerados por la actividad que realiza según el Reglamento de Becas de la USFX.

Art. 23. Son obligaciones de los estudiantes:

1. Cumplir con las actividades encomendadas por los docentes coordinadores.
2. Respeto y sujeción a los valores éticos y morales.

3. Respeto a los miembros del Gabinete de Marketing y Publicidad y Unidad de Investigación e Interacción.
4. Respeto al derecho intelectual y material producido en el Gabinete de Marketing y Publicidad y Unidad de Investigación e Interacción.
5. Cuidar el equipamiento y mobiliario del Gabinete de Marketing y Publicidad y Unidad de Investigación e Interacción.

CAPITULO VIII

DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS DOCENTES

Art. 24. Los Docentes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, podrán solicitar el apoyo de la Unidad de Investigación e Interacción y/o del Gabinete de Marketing y Publicidad, para las actividades prácticas e investigativas que se hayan planificado en sus respectivas asignaturas.

Art. 25. El apoyo de la Unidad de Investigación e Interacción y/o del Gabinete de Marketing y Publicidad, deberá solicitarse por escrito a Dirección de Carrera de Ingeniería Comercial con anticipación de dos semanas a la actividad a ser desarrollada.

Art. 26. Los docentes que desarrollen actividades prácticas e investigativas con apoyo de la Unidad de Investigación e Interacción y/o del Gabinete de Marketing y Publicidad, son corresponsables del cuidado y manejo adecuado de los equipos que sean requeridos.

CAPITULO IX

FALTAS Y SANCIONES

Art. 30. Se constituyen faltas, causales de sanción las siguientes:

- Inobservancia, violación o resistencia al cumplimiento de las normas que contiene la legislación universitaria en vigencia.
- Desconocimiento de los deberes de acatamiento, respeto y consideración a las autoridades universitarias.
- Intervención y ocupación ilegal de las dependencias de la Unidad de Investigación e Interacción y del Gabinete de Marketing y Publicidad, directa o indirectamente.
- Alteración, substracción, ocultamiento o violación de documentos y bienes de la Unidad de Investigación e Interacción y del Gabinete de Marketing y Publicidad.

- Uso indebido de fondos o deterioro culpable de bienes pertenecientes a la Unidad de Investigación e Interacción y del Gabinete de Marketing y Publicidad.
- Conducta inmoral o atentado a las buenas costumbres, dentro del ámbito universitario.
- Actos que originan desorden o atentan contra el normal funcionamiento de la universidad.

Art. 31. Las faltas serán sancionadas de acuerdo al Estatuto Orgánico de la Universidad en su Capítulo II, Artículo 126; Reglamento de Régimen Docente y Reglamento de Régimen Estudiantil.