



Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
CONSEJO DIRECTIVO

RESOLUCIÓN 24/11/19-00
ACTA 1193/13/05/2024

“POR LA CUAL SE APRUEBAN LOS MECANISMOS DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING DE LA FP-UNA CON LA INVESTIGACIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN”

VISTO: El Memorando CD/CAI/002/2024 de la presidenta Prof. Lic. Lilian Mercedes Raquel Roció Riveros Valdez, de la Comisión Asesora Permanente de Asuntos de Investigación del Consejo Directivo de la FP-UNA (CAI), en el cual remite el dictamen del análisis realizado a la Propuesta de Mecanismo de vinculación de la Carrera Ingeniería en Marketing con la Investigación y Líneas de Investigación.

CONSIDERANDO: La Ley 4995/2013 de Educación Superior, el Estatuto de la Universidad Nacional de Asunción y las deliberaciones sobre el tema.

Que la Comisión se reunió de manera virtual el miércoles 08/05/2024, de 19:30 a 20:00 h, con los siguientes miembros: Prof. Cristhian Cappo, Prof. Norma Mareco, Prof. Lilian Riveros, Ing. Marcelo Zárate, Est. Nayeli Flores y la Est. Deisy Vera.

Que la comisión solicita a las direcciones de carrera revisar los mecanismos de vinculación y, si es necesario, incluir un método de retroalimentación. Esto implica establecer como se determina la efectividad de los puntos mencionados en dichos mecanismos, pues los evaluadores buscan no solo la formalización, sino también una descripción clara de cómo se implementan y verifican estas actividades de vinculación entre las carreras y la investigación.

Que la Comisión recomienda aprobar la Propuesta de Mecanismo de vinculación de la Carrera Ingeniería en Marketing de la FP-UNA con la Investigación y Líneas de Investigación.

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD POLITÉCNICA
RESUELVE:**

24/11/19-01 APROBAR los *Mecanismos de vinculación de la Carrera Ingeniería en Marketing de la FP-UNA con la Investigación y Líneas de Investigación*, detallado en el ANEXO 07 de la presente Acta.

24/11/19-02 COMUNICAR, copiar y archivar.

Prof. Abg. Joel Arsenio Benítez Santacruz
Secretario

Prof. Ing. Silvia Teresa Leiva León, MSc.
Presidenta





Campus de la UNA
SAN LORENZO-PARAGUAY

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
CONSEJO DIRECTIVO**

Resolución 24/11/19-00 Acta 1193/13/05/2024
ANEXO 07

MECANISMOS DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING CON LA INVESTIGACIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA FP-UNA.

Las carreras de grado se vinculan con las actividades de investigación a partir de los siguientes mecanismos:

- Pasantías de investigación que los estudiantes de las carreras realizan en los diversos grupos existentes en la FP-UNA,
- Participación en proyectos dirigidos por los investigadores, y
- Realización de trabajos de fin de grado producto de una investigación.

A partir de la nueva estructura organizacional de la FP-UNA se crea la Dirección de Investigación (DI), anteriormente Dirección de Investigación y Postgrado. La DI tiene como objetivo dar soporte a las actividades de investigación de la Facultad tanto a nivel de grado como postgrado y, por tanto, las actividades de investigación desarrolladas se alinean con la oferta académica que brinda la institución y cubren ampliamente diversas áreas existentes. La Dirección de Investigación reúne a todos los investigadores de la FP-UNA organizados en Núcleos de Investigación (NI), Grupos de Investigación (GI) y Grupos de Investigación en Formación (GIF).

Los investigadores de estos grupos son además docentes de grado y posgrado de la FP-UNA por lo que pueden dirigir alumnos en sus trabajos de fin de grado conforme al reglamento.

De acuerdo al Reglamento de Núcleos y Grupos de Investigación (Resolución 21/02/06-00 Acta 1098/25/01/2021 del Consejo Directivo de la FP-UNA), los estudiantes de grado que se encuentran en proceso de elaboración de un proyecto de fin de grado en los Grupos de Investigación, se vinculan formalmente a estos grupos siendo considerados como investigadores principiantes de los GI y GIF.

Además, la carrera cuenta con investigadores-tutores con líneas de investigación definidas y relacionadas con la disciplina.

La carrera en Ingeniería en Marketing define como áreas principales de investigación que guardan relación con la carrera y son las siguientes:

- Marketing global y estrategias para mercados emergentes.
- Investigación en comunicación y consumo.
- Neurociencia aplicada al marketing.
- Marketing digital y estrategias omnicanal.
- Interacción entre el comportamiento del consumidor, las estrategias de marketing online y las TIC, respecto al marketing sectorial.