



**DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS**

CARRERA.

LICENCIATURA EN MERCADOCTENIA

NOMBRE DE LA MEMORIA DE LABORES.

**ASISTENCIA TECNICA AL DEPARTAMENTO DE MERCADEO DE LA
UNIVESIDAD DE ORIENTE**

RESPONSABLE.

JORGE LUIS CASTILLO AMAYA U20200985

CICLO:

O2-2024

LUGAR Y FECHA DE ENTREGA

CIUDAD UNIVERSITARIA UNIVO, QUELEPA, 14 OCTUBRE DEL2024

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. DESARROLLO.....	3
3. LOGROS ALCANZADOS	4
4. LOGROS EN CUANTO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL	4
5. LIMITACIONES ENCONTRADAS	4
6. CONCLUSIONES	5
7. RECOMENDACIONES	5
8. LUGAR Y FECHA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO	6
9. DATOS DE LA ACTIVIDAD MEDIO AMBIENTAL:	7
RECURSOS:.....	8
ANEXOS (INDISPENSABLES)	9
CONTROL DE HORAS	¡Error! Marcador no definido.
ACTIVIDAD MEDIO AMBIENTAL.....	11
CONSTANCIA.....	¡Error! Marcador no definido.

MEMORIA DE LABORES

1. INTRODUCCIÓN

El proyecto de Asistencia Técnica al Departamento de Mercadeo de la Universidad de Oriente (UNIVO) se llevó a cabo en la sede central de San Miguel, El Salvador. Bajo la supervisión de la Lic. Aida Cristina Larreynaga de Mancía. El objetivo general del proyecto fue integrar los servicios del estudiante dentro del equipo de mercadeo, ofreciendo apoyo y participación activa en todas las actividades diarias del departamento. Entre los objetivos específicos se encontraban la colaboración fluida con el equipo para alinear las estrategias de mercadeo y la participación en reuniones para aportar ideas frescas que impulsen la efectividad de las campañas. Los principales beneficios para la institución incluyeron un mayor entendimiento del mercado interno, una mejor promoción de la institución a nivel de bachillerato, y el fortalecimiento de la fidelización de la comunidad universitaria.

2. DESARROLLO

Las actividades desarrolladas durante el proyecto incluyeron las siguientes:

- **Investigación de mercado interno:** recopilación y análisis de datos sobre la demografía, comportamiento de compra y preferencias de consumidores.
- **Promoción institucional:** para estudiantes de bachillerato mediante eventos, materiales promocionales y ferias educativas.
- **Análisis de la competencia:** para identificar las fortalezas y debilidades de otras instituciones.
- **Conceptualización de campañas:** creativas y estratégicas para mejorar el posicionamiento.
- **Desarrollo de cuñas radiales:** para promoción.
- **Propuestas de actividades comunitarias:** en la UNIVO para fomentar la lealtad y sentido de pertenencia.

Estas actividades permitieron el cumplimiento de los objetivos planteados en el Plan de Trabajo, contribuyendo a un desarrollo integral de estrategias de mercadeo que reforzaron la conexión de la universidad con su comunidad.

3. LOGROS ALCANZADOS

El proyecto generó varios logros importantes, entre ellos:

- Mejor conocimiento del mercado interno y de las necesidades de los estudiantes.
- Mayor visibilidad de la institución entre los estudiantes de bachillerato, lo cual potencialmente incrementa el número de solicitantes.
- Mejora en la percepción de la universidad entre su comunidad.
- Fortalecimiento de la relación entre la UNIVO y sus estudiantes a través de actividades comunitarias.

4. LOGROS EN CUANTO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Como estudiante de la Licenciatura en mercadotecnia, La experiencia permitió adquirir conocimientos prácticos en las áreas de investigación de mercado y promoción educativa. Además, facilitó el desarrollo de habilidades comunicativas y de trabajo en equipo, al participar activamente en el diseño de estrategias y la ejecución de actividades. Reflexionar sobre el comportamiento de los consumidores y los desafíos del mercado interno fue clave para entender el entorno dinámico del mercadeo, proporcionando una experiencia enriquecedora para mi formación como profesional en mercadotecnia.

5. LIMITACIONES ENCONTRADAS

La única limitación durante la realización de este proyecto fue:

- **Falla de equipo informático:** En ciertos momentos, durante la práctica, hubieron inconvenientes con el equipo de trabajo debido a fallas técnicas las cuales se solucionaron durante el proceso.

A pesar de eso durante la ejecución del proyecto, no se identificaron limitaciones significativas que afectaran el desarrollo de las actividades. Las autoridades locales e institucionales brindaron las facilidades necesarias para la implementación del proyecto, lo cual permitió cumplir con los objetivos y metas en el tiempo estipulado. El respaldo del equipo del Departamento de Mercadeo y la disponibilidad de recursos materiales fueron fundamentales para el éxito del proyecto.

6. CONCLUSIONES

El proyecto de Asistencia Técnica al Departamento de Mercadeo de la UNIVO cumplió con los objetivos propuestos al inicio. Las actividades realizadas mejoraron la visibilidad y percepción de la institución, incrementaron la participación de la comunidad universitaria y generaron un conocimiento valioso para el diseño de futuras estrategias de mercadeo. El trabajo de la institución fue eficiente y colaborativo, y se logró un alto porcentaje de los objetivos planteados, fortaleciendo la imagen y posicionamiento de la universidad en el sector educativo.

7. RECOMENDACIONES

A la UNIVO: Continuar implementando actividades comunitarias que fortalezcan el vínculo emocional con los estudiantes y la comunidad.

- **Al Departamento de Mercadeo:** Optimizar las campañas de promoción para bachillerato, enfocándose en los intereses específicos de este segmento.
- **A las autoridades locales:** Proveer mayor acceso a recursos tecnológicos para agilizar el desarrollo de investigaciones de mercado.

- **A la Universidad:** Considerar expandir el alcance del proyecto a otras áreas geográficas para atraer a una mayor diversidad de estudiantes.

8. LUGAR Y FECHA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

- **Nombre de la institución:** Área de Mercadeo UNIVO, Cede Central San Miguel
- **Dirección:** 4 Calle Poniente 705, San Miguel, El Salvador
- **Teléfono:** +503 2668 3700
- **Persona responsable de supervisar al estudiante en la institución:** Lic. Aida Cristina Larreynaga de Mancía
- **Periodo:** 29 de abril hasta el 16 de septiembre del 2024

9. DATOS DE LA ACTIVIDAD MEDIO AMBIENTAL:



DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN SOCIAL

SERVICIO SOCIAL ESTUDIANTIL

ACTIVIDAD AMBIENTAL (Artículo 39 Ley de Medio ambiente)

FACULTAD: Economía y negocios.

CARRERA: Lic. En Mercadotecnia

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Jorge Luis Castillo Amaya

CÓDIGO: U20200985

NOMBRE DEL PROYECTO: Asistencia técnica al departamento de Mercadeo a la Universidad de Oriente.

LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO: Distrito de San Luis de la Reina, San Miguel Norte y el centro de reciclaje de la Universidad de Oriente

FECHA: 19 de agosto reciclaje de cartón.

ALIANZA:

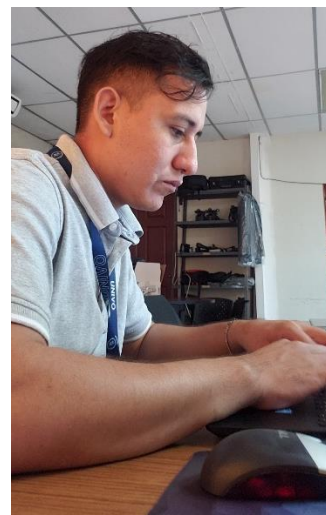
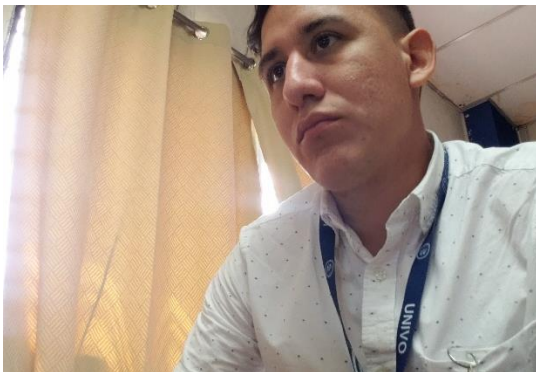
JUSTIFICACIÓN: La campaña de reciclaje de cartón fue organizada con el propósito de fomentar la conciencia ambiental en la comunidad de San Miguel Norte. Esta iniciativa no solo tuvo como objetivo reducir el volumen de desechos sólidos generados en la zona, sino también educar a los residentes sobre la relevancia del reciclaje y la reutilización de materiales para promover un estilo de vida sostenible. Además, la campaña refuerza los principios establecidos en la Ley de Medio Ambiente, al incentivar a los ciudadanos a adoptar prácticas más responsables en beneficio de la conservación del entorno natural.

RECURSOS:

MATERIALES: Guantes, contenedores para carton, material informativo sobre reciclaje.

HUMANOS: Tienda Mirian quienes se sumaron voluntariamente a esta campaña

ANEXOS (INDISPENSABLES)





ACTIVIDAD MEDIO AMBIENTAL.

