

## UAA presenta el libro “Tres décadas de marketing en la UAA”



### BOLETÍN

- El texto plasma la historia desde la creación de la licenciatura en 1994, su desarrollo y evolución, hasta las aportaciones de este programa e impacto social en la actualidad.
- Esta publicación tuvo colaboración de profesores, estudiantes y egresados de la carrera.

Con el objetivo de dar a conocer las raíces que dieron origen a la Lic. en Mercadotecnia y como parte de la celebración de los 30 años de este programa educativo en la Universidad Autónoma de Aguascalientes, fue presentado el libro “Tres décadas de marketing en la UAA”.

Dicha publicación universitaria fue coordinada por la Dra. Vianney Judith Robledo Herrera y el Dr. Gonzalo Maldonado Guzmán, ambos profesores del Departamento de Mercadotecnia, y tuvo

colaboración de profesores, estudiantes y egresados de la carrera.

Durante la presentación, la Dra. Sandra Yesenia Pinzón Castro, rectora de la máxima casa de estudios del estado, y quien en su momento fuera jefa del Departamento de Mercadotecnia y decana del Centro de Ciencias Económicas y Administrativas, reconoció que esta importante profesión ha sido un semillero de talentosos mercadólogos que contribuyen al desarrollo económico, político y social de Aguascalientes, del país e incluso en ciudades del extranjero.

En ese sentido, la rectora expresó que, sin duda alguna en el libro, que además es el primero que publica la Lic. en Mercadotecnia, se plasma un poco de la huella histórica que ha dejado la universidad a través de esta área, así como los retos y metas que poco a poco se fueron alcanzando para lograr grandes objetivos que hoy son una realidad como la doble titulación, la movilidad estudiantil y las acreditaciones tanto nacionales como internacionales.

En su intervención, la Dra. Vianney Judith, expresó que la narrativa muestra un panorama de cómo han sido los primeros 30 años como programa educativo y es a la vez una forma de enaltecer y demostrar al mundo la importancia de esta profesión y lo que es capaz de hacer un mercadólogo.

En otro momento, el Dr. Gonzalo Maldonado reconoció que, desde sus inicios, esta carrera y el departamento como tal asumió desde hace tres décadas el compromiso de mejorar permanentemente los indicadores de calidad y calidez en la formación de estudiantes, en las clases, así como de integrar como parte fundamental y sustantiva las investigaciones. Todo, dijo, se ha logrado.

Es importante recordar que el libro, el cual se encuentra a disposición tanto de manera física como electrónica, plasma la historia desde la creación de la licenciatura en 1994, su desarrollo y evolución, hasta las aportaciones de este programa e impacto social en la actualidad.

—000— Ciudad Universitaria 27 de noviembre de 2024