

La Universidad La Salle es una Institución de Educación Superior, inspirada en el Evangelio y en el espíritu de San Juan Bautista De La Salle. La Universidad Lasallista, convencida de la transformación de la sociedad a través del trabajo honesto y comprometido de sus egresados –Profesionales con Valor– establece en su Ideario la formación integral del estudiante.



FACULTAD DE
NEGOCIOS

Código de Ética /

Licenciado en
Mercadotecnia

Este Código regirá las relaciones profesionales del Licenciado Lasallista en Mercadotecnia consigo mismo, con sus socios, clientes, superiores, colaboradores, colegas de profesión y la sociedad en general. Éste:

Artículo 1. Guiará su conducta respetando en todo momento la dignidad de la persona y sus derechos de manera solidaria e incluyente, tanto en su dimensión individual como comunitaria.

Artículo 2. Utilizará sus conocimientos profesionales, únicamente en labores que cumplan con la moral y la responsabilidad social; buscando el equilibrio entre los distintos aspectos del desarrollo humano y la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente.

Artículo 3. Dará a sus colaboradores, el trato que les corresponde y fomentará su adecuada capacitación y desarrollo profesional, así como su crecimiento como personas íntegras, dignas y trascendentes.

Artículo 4. Utilizará la información que le sea confiada, con estricta observancia de los principios de privacidad, seguridad y confidencialidad; nunca en beneficio propio o de terceros; salvo los informes que le sean requeridos conforme a la ley.

Artículo 5. Mantendrá el constante desarrollo integral de todas sus dimensiones como persona. Su formación profesional estará actualizada y apoyada en los avances científicos, tecnológicos y humanísticos.

Artículo 6. Estará atento a las necesidades y exigencias de su tiempo, para brindar soluciones innovadoras, sustentables y sostenibles que propicien la transformación positiva de su entorno local y global.

Artículo 7. Ejercerá su liderazgo con flexibilidad y espíritu propositivo para construir ambientes colaborativos y solidarios.

Artículo 8. Se esmerará en preservar, difundir y acrecentar el patrimonio cultural e histórico de nuestra patria y del mundo, con un enfoque multicultural.

Artículo 9. Asumirá su compromiso transformador concibiendo la profesión como un servicio y ejercerá sus funciones eficiente y responsablemente.

Artículo 10. Será promotor de una cultura de vida, de paz y de justicia, a través de la búsqueda de la verdad, el bien común y la inclusión social, fomentando los valores lasallistas de la fe, la fraternidad y el servicio.

Artículo 11. Orientará sus esfuerzos en la investigación, para responder a las necesidades del mundo y de la sociedad, buscando nuevos caminos, nuevas interpretaciones y soluciones a futuro.

Artículo 12. Apoyará con su participación a las instituciones y asociaciones de Mercadotecnia para la elevación profesional de sus colegas y del proceso social.

Artículo 13. Fomentará que los satisfactorios propuestos, desarrollados y ofrecidos al mercado, sean adecuados a las necesidades, regulaciones y exigencias de la sociedad, las organizaciones y los consumidores.

Artículo 14. Se adherirá a todas las leyes y reglamentos establecidos como procesos de control en el desarrollo adecuado de su labor.

Artículo 15. Impulsará la sana competencia, reflejando el verdadero valor funcional del producto o servicio al cliente.

Artículo 16. Ejercerá la comunicación comercial de forma adecuada y honesta, respetando los principios morales y sociales, evitando difundir mediante campañas promocionales engañosas, fraudulentas o manipuladoras, aspectos que contravengan la dignidad humana.