

RESUMEN

Este trabajo estructura un conjunto de estrategias de posicionamiento para la Escuela de Economía de la Universidad Nacional de Chimborazo que le permitan fortalecer su imagen. La investigación parte de un diagnóstico situacional en donde se desarrolla un análisis interno y externo. Posteriormente se elabora el direccionamiento estratégico de la Facultad de Ciencias Políticas y la Escuela de Economía, que incluye la filosofía corporativa incluyendo el respectivo mapa estratégico. A continuación, se establece las estrategias de posicionamiento, que se enfocan fundamentalmente a la promoción, servicio, presentación y personal. Con esta información se elaboró la proforma presupuestaria necesaria para la consecución exitosa del mejoramiento del posicionamiento de la Escuela de Economía; este presupuesto se lo desarrolla en base a los lineamientos del Ministerio de Finanzas y el Instituto de Compras Públicas.

Palabras clave:

- **POSICIONAMIENTO**
- **UNIVERSIDAD**
- **DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**
- **ESTRATEGIAS**

ABSTRACT

This work designs global market position strategies to the Economics School of National University of Chimborazo which will strengthen its image. The research starts for a situational balance which develops an internal and external analysis. Then, it is established the strategic direction of Politics Science Faculty and Economics School that includes the corporate philosophy with its strategic map. Afterward it is specified the market position strategies, mainly focus on the promotion, service, image and human resources. With this information, the budget forma needed was done to improve the Economics School position market successfully; this budget is established based on the guidelines of the Financial Minister and Commerce Institution.

Keywords:

- **MARKET POSITION**
- **UNIVERSITY**
- **STRATEGIC DIRECTION**
- **STRATEGIES**