

Estudiantado de Marketing Social y Político de la UJI presenta cinco proyectos para conseguir una sociedad más amigable, sostenible e inclusiva



Estudiantado del grado en Administración de Empresas y del doble grado en Administración de Empresas y Derecho de la [Universitat Jaume I](https://www.uji.es/) ha presentado los proyectos de marketing social que han desarrollado en el marco de la

asignatura optativa Marketing Social y Político, impartida por Vicent Tortosa y Miguel Ángel Moliner, una iniciativa que ha contado con la financiación del programa UJI-Encultura del Vicerrectorado de Cultura, Lenguas y Sociedad.

Este año, la causa social que se ha tratado en la asignatura y que ha centrado los proyectos ha sido la concienciación sobre los beneficios que supone una sociedad más amigable, sostenible e inclusiva. En concreto, son cinco los proyectos de marketing social desarrollados con las siguientes temáticas: favorecer la compra de productos locales; conseguir localidades mejor preparadas para hacer frente a la crisis climática; fomentar la movilidad inclusiva; conseguir una movilidad más saludable y sostenible para fomentar espacios más pacíficos en el entorno de los centros educativos de primaria; y lograr una UJI amigable (sostenible e inclusiva).

Además del estudiantado de la asignatura, también ha participado en la iniciativa estudiantado de cuarto curso del grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la UJI, bajo la dirección de la profesora Eloísa Nos; alumnado de Fotografía de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Castelló (EASD); alumnado del IES Gilabert Centelles de Nules; alumnado del IES de Cabanes; alumnado del IES Vicent Castell i Domènech de Castelló; alumnado del CEIP Censal de Castelló y alumnado del CEIP Grangel Mascarós de L'Alcora. Así mismo, han colaborado profesionales del arte como el escritor Josep Joan Miralles, el grupo de teatro Maset de Frater de Castelló, los grafiteros Lucás Adrián Rocher e Isabelle Nuytten y la cuentacuentos Rosabel Canós, entre otros.

Finalmente, hay que destacar que ONGs y fundaciones como Pankara, Castelló en Bici o Maset de Frater e instituciones públicas como el Mercado Central de Castelló o la propia Universitat Jaume I han mostrado interés en los resultados del proyecto.