

REGLAMENTO APROBADO POR EL CONSEJO DIRECTIVO, EN LA SEPTIMA SESIÓN ORDINARIA CELEBRADA EL DÍA 28 DE JUNIO DE 2012.

El Consejo Directivo de la Universidad Tecnológica de San Miguel de Allende, en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 15 fracción IX del Decreto de Creación, ha tenido a bien expedir el siguiente:

REGLAMENTO DE CAMPAÑA, DIFUSIÓN Y CAPTACIÓN DE ALUMNOS

Artículo 1.- La presente normatividad tiene por objeto señalar los lineamientos a que se sujetará la realización de actividades de difusión y captación de alumnos. Fortaleciendo la comunicación e interrelación entre las diferentes áreas que la conforman, con el propósito de que estas actividades se reflejen posteriormente en actitudes favorables para el trabajo en cualquier lugar donde se tenga la necesidad de integración.

Artículo 2.- Para efectos del presente Reglamento se entenderá por:

- I. **CAMPAÑA:** al conjunto de esfuerzos y acciones realizados con un determinado fin u objetivo, en este caso, referente a la difusión y promoción de las actividades realizadas por la Universidad, así como lo referente a la captación de alumnos.
- II. **PROMOCIÓN:** a toda actividad que se lleve a cabo para dar a conocer, informar y fortalecer la imagen de la Universidad Tecnológica y los servicios que esta ofrece a la población en general o a un determinado público, así como incentivar la decisión final de optar por los mismos en el caso de requerir de ellos.
- III. **DIFUSIÓN:** a toda actividad que se lleve a cabo para informar y dar a conocer a la población en general o a un determinado público las actividades, sucesos y resultados que genere u ofrezca la Universidad.
- IV. **CAPTACIÓN DE ALUMNOS:** al proceso por el cual se incentiva a los alumnos egresados del nivel medio superior para continuar sus estudios universitarios mediante la inscripción a la Universidad Tecnológica.
- V. **MEDIOS MASIVOS:** a la radio, la televisión, el periódico, la revista, el espectacular, el cartel o póster, así como cualquier medio audiovisual o impreso cuyo mensaje sea capaz de llegar a más de 5 personas a la vez, de un solo impacto.
- VI. **MEDIO DIRECTO:** a los vocales, las cartas (correo directo), artículos promocionales, así como cualquier medio audiovisual o impreso cuyo mensaje sólo sea capaz de llegar a un individuo por impacto.
- VII. **PÚBLICO:** a las personas que reciben a través de los medios de comunicación e información antes descritos, los mensajes derivados de las campañas de Difusión, Promoción y Captación.
- VIII. **DEL PÚBLICO OBJETIVO:** a las personas a las que está destinado el mensaje de manera exclusiva. Para efectos de Captación de alumnos, el

público objetivo serán estudiantes de Educación Media Superior próximos a egresar y Egresados de Educación Media Superior.

- IX. **PÚBLICO EN GENERAL:** a las personas susceptibles de escuchar el mensaje enviado a través de algún medio de información y/o comunicación.
- X. **DIFUSIÓN EXTERNA:** a cualquier actividad realizada al exterior y en nombre de la Universidad por alumnos, docentes, administrativos, departamentos o direcciones de la misma, son elementos de Difusión en si mismos para la Universidad, por lo que dichas actividades estarán reguladas también por el presente reglamento, en lo referente al uso de medios, logotipos, imagen institucional y material promocional impreso o electrónico.

Artículo 3.- La captación de alumnos se compone de tres etapas, tal y como se describe a continuación:

- I. 1° etapa. Campaña de difusión.
- II. 2° etapa. Campaña de promoción.
- III. 3° etapa. Proceso de selección. Entrega de fichas, examen de admisión e inscripción.

La 1° y 2° etapas son responsabilidad del Director de Vinculación en conjunto con el Departamento de Prensa y Difusión.

La 3° etapa es responsabilidad de la Dirección Académica en conjunto con el Departamento de Servicios Escolares.

Artículo 4.- El área geográfica considerada como zona de influencia directa para los efectos de promoción y captación de alumnos de la Universidad está conformada por los municipios del estado de Guanajuato, y los cuales comprende los municipios de San Miguel de Allende, Apaseo el Alto, Apaseo el Grande, Celaya, Comonfort, Cortazar, Dolores Hidalgo C.I.N., Guanajuato, Irapuato, León, Salamanca, San Felipe, San José Iturbide, San Luis de la Paz, Sta. Cruz de Juventino Rosas, Silao y Villagrán. Y en el estado de Querétaro comprende el municipio de Querétaro, Qro.

Artículo 5.- Las campañas de difusión y promoción se llevarán a cabo durante todo el año con especial énfasis en el periodo comprendido entre agosto y diciembre de cada año.

La campaña de captación de alumnos se llevará a cabo exclusivamente durante el periodo comprendido entre enero y agosto de cada año, mientras las inscripciones se mantengan de manera anual y los periodos comiencen en el mes de septiembre. Este periodo puede ser modificado de acuerdo a la conveniencia de la Universidad.

Artículo 6.- Las campañas de difusión, promoción y captación se apoyarán en medios de información y/o comunicación para la transmisión de los mensajes pertinentes.

Artículo 7.- Se entiende por medio de información y comunicación a todo aquel instrumento de comunicación auditiva, visual, impresa o el resultado de la combinación de las anteriores, que se utilice para la transmisión de los mensajes.

Artículo 8.- La Dirección de Vinculación y el Departamento de Prensa y Difusión podrán proponer a la Dirección de Administración y Finanzas, previa autorización del Rector, la contratación, compra, alquiler, renta o préstamo de cualquiera de los medios anteriores.

Artículo 9.- El uso de los medios de comunicación pertinentes para cada actividad desempeñada se hará mediante la planeación anticipada y justificada de los mismos, atributo de la Dirección de Vinculación y al Departamento de Prensa y Difusión.

Artículo 10.- Cualquier medio contratado, adquirido, alquilado, rentado o prestado por cualquier otra Dirección o Departamento diferente a los de Vinculación y al de Prensa y Difusión, será responsabilidad de la parte que haya efectuado la transacción de los alcances legales y económicos que esta genere.

Artículo 11.- Los medios utilizados para la difusión y captación de alumnos pueden ser Masivos o Directos.

Artículo 12.- El público que recibe la información de los programas de difusión y captación de alumnos se agrupa en dos: público objetivo y público en general.

Artículo 13.- Son funciones del Departamento de Prensa y Difusión, diseñar e implementar con el apoyo de las áreas correspondientes las tareas de difusión y captación de alumnos, mismas que podrán variar de acuerdo a la situación específica por la que atraviese la institución.

Artículo 14.- Cuidar, reglamentar, supervisar y sancionar el adecuado uso de la imagen institucional, los recursos de difusión, información y comunicación con que cuenta la Universidad, y la información emitida y difundida por la institución hacia el exterior.

Artículo 15.- En el caso de la captación de alumnos debe entenderse que: “El número total de aspirantes varía cada año”, por lo cual, el número de alumnos captados depende de las siguientes variables:

- I. El número de matrícula de egresados que tengan las instituciones de Educación Media Superior;
- II. El interés e inclinación vocacional que tengan los estudiantes hacia las carreras que se imparten y el modelo educativo en la Universidad Tecnológica;
- III. Factores externos tales como: apertura de nuevas instituciones de Educación Superior en la zona, apertura de nuevas carreras en las instituciones de educación superior existentes, ampliación de la matrícula de nuevo ingreso en instituciones de Educación Superior existentes en la zona, etc; y

IV. Las posibilidades económicas reales de poder seguir estudiando de cada uno de los aspirantes.

Artículo 16.- La Dirección de Vinculación y el Departamento de Prensa y Difusión no tienen control sobre las variables a las que se refiere el artículo anterior, por lo que la captación de alumnos será de igual manera variable según intervengan los factores descritos.

Artículo 17.- La Dirección de Vinculación y el Departamento de Prensa y Difusión, se encargará de contratar los medios de comunicación para la difusión de los mensajes orientados a la captación de alumnos.

Artículo 18.- Es obligación de alumnos, personal docente y administrativo, departamento o dirección, sujetarse al presente reglamento, en sus actividades realizadas al exterior de la Universidad a nombre de ésta.

Artículo 19.- Las actividades realizadas al exterior de la Universidad y en nombre de esta deberán:

- I. Enaltecer el nombre de la Institución, realizándose con la mayor calidad posible y utilizando los mejores recursos disponibles.
- II. Realizarse en un estricto marco de ética, moralidad y buenas costumbres, evitando dar imágenes de vulgaridad, falta de higiene y limpieza, violencia y agresividad en contra de los individuos y profesionistas.
- III. Mantenerse al margen de participar en actos políticos y/o religiosos públicos manifestando apoyo y representación de la Institución, salvo expresa orden o instrucción generada por Rectoría, el Gobierno Estatal o Federal o el Consejo Directivo, siempre y cuando se encuentre dentro de la normatividad pertinente al caso en particular.

Artículo 20.- Las actividades de Difusión y Captación de alumnos son responsabilidad inmediata del Departamento de Prensa y Difusión y de la Dirección de Vinculación con el apoyo de las Direcciones de Carrera, personal docente y administrativo, así como de toda aquella persona que labore o colabore con la Universidad en las diversas actividades que se desarrollen dentro de la misma.

Artículo 21.- La Difusión y/o promoción de actividades que no tengan como objeto principal la captación de alumnos de nuevo ingreso, sino más bien la difusión científica, tecnológica, cultural, deportiva o de entretenimiento, así como las exposiciones de trabajos y proyectos escolares corresponderá al Departamento de Prensa y Difusión en calidad de apoyo a la Dirección o Departamento de prensa y Difusión no tendrá participación, en estas últimas actividades a menos que se le solicite el apoyo mediante petición expresa y escrita del responsable de la actividad mencionada.

Artículo 22.- La Difusión de actividades de cualquier índole que se susciten dentro del seno universitario, cuya relevancia sea de interés general al público y que por

su importancia sea necesaria darla a conocer el exterior, será responsabilidad del Departamento de Prensa y Difusión.

Artículo 23.- La contratación y publicación en medios electrónicos y escritos de convocatorias de empleo, de admisión de alumnos de nuevo ingreso, licitaciones y cualquier otra publicación de carácter oficial será responsabilidad del Departamento de Prensa y Difusión mediante solicitud expresa y escrita de la Dirección o Departamento responsable de la publicación mencionada.

Artículo 24.- Los espacios que mediante solicitudes, convenios, contratos o cualquier otro acuerdo sean otorgados a la Universidad Tecnológica por parte de los medios electrónicos y escritos serán operados por el Departamento de Prensa y Difusión mediante supervisión de la Dirección de Vinculación de esta Universidad.

Artículo 25.- El Departamento de Prensa y Difusión es responsable de toda actividad de promoción encaminada a la captación de alumnos de nuevo ingreso.

Artículo 26.- Se prohíbe estrictamente:

I.- Deformar, cambiar de color, modificar, girar, estirar, inclinar, añadir adornos e invadir el logotipo de la Universidad, sin la aprobación de la autoridad competente conforme al manual corporativo de uso del logotipo. Este punto aplica tanto al personal y alumnos de la Universidad.

II.- La utilización del logotipo y nombre de la Universidad para fines comerciales, de difusión, de promoción y cualquier otro fin, sin supervisión del Departamento de Prensa y difusión y la autorización legal del Abogado General de la Universidad en el caso de que se requiera para fines comerciales o que tengan implícito directa o indirectamente algún fin de lucro.

III.- Hablar, publicar, difundir y cualquier otra forma de comunicación electrónica o escrita en nombre de la Universidad sin la autorización y supervisión del Departamento de Prensa y Difusión, Dirección de Vinculación y el abogado General de la Institución.

IV.- La utilización de los espacios propios o pactados con los medios electrónicos o impresos de personas externas y ajenas a la Institución, sin el permiso y supervisión del Departamento de prensa y Difusión y la Dirección de Vinculación.

V.- La utilización de los espacios propios o pactados con los medios electrónicos o impresos de personas externas y ajenas a la Institución. Dicha utilización se considera una invasión a la propiedad con sus responsabilidades legales.

VI.- El permiso a la utilización de los espacios referidos en el párrafo anterior para personas externas a la Universidad, se otorgará mediante consenso del Departamento de Prensa y Difusión, de la Dirección de Vinculación y la parte interesada, haciendo uso de los instrumentos legales, correspondientes que para tal efecto el Abogado General decida.

VII.- El mal uso, deterioro, desvío, abandono, daño, perjuicio, pérdida, venta, concesión, arrendamiento de los recursos materiales y de comunicación involucrados en los procesos de difusión, promoción y captación de alumnos por parte de los encargados de dichos procesos así como de personas externas que pudieran ocuparlos en un momento determinado para similares o diferentes fines

VIII.- Obstaculizar o detener de cualquier manera el proceso de captación de alumnos de nuevo ingreso en la temporada correspondiente de enero a septiembre, por considerarse prioridad máxima en dichas fechas.

IX.- El plagio, utilización y apropiación de información digital, electrónica, gráfica y/o escrita emitida y difundida por la Universidad Tecnológica o cualquiera de sus miembros a nombre de la misma, por parte de personas ajenas a la institución, así como de medios de comunicación e información electrónicos e impresos.

Artículo 27.- Se considera falta o infracción a toda aquella actividad que estando prohibida en el presente reglamento se lleve a cabo sin el consentimiento escrito y fundado del Departamento de Prensa y Difusión, Dirección de Vinculación y el Abogado General de la Institución.

Artículo 28.- Las medidas disciplinarias por faltas al presente Reglamento serán impuestas por la Comisión de Honor y Justicia de la Universidad.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente reglamento entrará en vigor el día siguiente de su aprobación, por el Consejo Directivo de la Universidad difundándose su contenido a la comunidad Universitaria.

SEGUNDO.- El Consejo Directivo a través de sus medios ayudará a promover y difundir a la Universidad, a través de los medios que considere necesarios.

TERCERO.- Los casos no previstos en el presente Reglamento y demás normatividad aplicable, serán resueltos por la Comisión de Honor y Justicia de la Universidad y si no se resolviera en esa instancia, será presentado al Consejo Directivo para su resolución.

EL CONSEJO DIRECTIVO

Alberto Diosdado
Secretario de Educación
Presidente del Consejo Directivo

Agustín Casillas Gutiérrez
Subsecretario de Educación Media Superior y Superior
Y Presidente Suplente del Consejo Directivo

Juan Carlos Moreno Henestrosa
Titular de la Oficina de Servicios Federales de Apoyo a la Educación

Representante del Gobierno Federal

Esteban Javier Romero Ramírez
Subdirector de Programas de
Financiamiento de la CGUT
Representante del Gobierno Federal

Héctor Arreola Soria

Coordinador General de Universidades Tecnológicas.

Sergio Enrique Rodríguez Herrera
Secretario de Desarrollo Turístico

Luz María Núñez Flores

Presidente Municipal de San Miguel de Allende
Representante del Municipio

Paolo Mario Moretto Piovensán
Representante del Sector Social

Marcelo Castro Vera

Representante del Sector Productivo

Jesús Cobián Correa
Representante del Sector Productivo

Juan Alcocer Flores

Director General del Instituto Estatal
de la Cultura del Estado de Guanajuato