



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

Universidad Tecnológica de la Zona Metropolitana de Guadalajara

Organismo Público Descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco



# REGLAMENTO DE CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y CAPTACIÓN DE ALUMNOS

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

## UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

*[Handwritten signature]*

CERTIFICADO



Km. 4.7 carretera Tlajomulco-Tala, Sta. Cruz de las Flores, Tlajomulco de Zúñiga., Jalisco,

C.P. 45640, Tels. (33) 37-70-16-50, Lada sin costo 01-800-88-88964





REGLAMENTO DE CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN  
Y CAPTACIÓN DE ALUMNOS

**Artículo 1°.-** El presente ordenamiento regula las actividades a desarrollar, estructurar facultades, organización y funcionamiento de las actividades de difusión y captación de alumnos de la Universidad Tecnológica de la Zona Metropolitana de Guadalajara, conforme a las disposiciones del Decreto de creación de la misma.

**Artículo 2°.-** 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 3°.-** 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 y los servicios que ésta 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.
- 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.

CERTIFICADO



- 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 sí 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 4°.-** 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 departamento de Prensa Y difusión

La 3° etapa es responsabilidad de laS Direcciones de carrera, en conjunto con el Departamento de Servicios Escolares.

**Artículo 5°.-** El Departamento de Prensa y Difusión y el Departamento de Servicios Escolares, pueden solicitar la cooperación y apoyo de otras áreas de la Universidad para la consecución de sus fines, estando obligadas las partes solicitadas a brindar ese apoyo de forma incondicional de acuerdo a sus atribuciones.

**Artículo 6°.-** El área geográfica considerada como zona de influencia directa para los efectos de promoción y captación de alumnos de la Universidad, está conformada primordialmente por el municipio de Tlajomulco de Zúñiga.



**Artículo 7°.-** Las campañas de difusión y promoción se llevarán a cabo durante todo el año, mismas que se apoyaran en medios de información y/o comunicación para la transmisión de los mensajes pertinentes.

**Artículo 8°.-** 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 9°.-** Se reserva el derecho de contratación, compra, alquiler, renta o préstamo de cualquiera de los medios anteriores al Departamento de Prensa y Difusión.

**Artículo 10°.-** El uso de los medios de comunicación pertinentes para cada actividad desempeñada se hará mediante la planeación anticipada y justificada de los mismos, atributo del Departamento de Prensa y Difusión previa autorización de la Dirección de Administración y Finanzas.

**Artículo 11°.-** Cualquier medio contratado, adquirido, alquilado, rentado o prestado por cualquier otra Dirección o Departamento diferente a los de Administración y Finanzas 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 12°.-** Los medios utilizados para la difusión y captación de alumnos pueden ser Masivos o Directos.

**Artículo 13°.-** 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 14°.-** 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 15°.-** 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.

*[Handwritten signatures and marks on the left margin]*

*[Handwritten signatures and marks on the right margin]*

**CERTIFICADO**



Artículo 16°.- 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 y 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;
- 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;
- IV. Las posibilidades económicas reales de poder seguir estudiando de cada uno de los aspirantes;
- V. Realizar proyectos y estudios que tiendan al mejoramiento y desarrollo económico, para el área geográfica o zona de influencia en la Universidad;
- VI. Conducir la investigación educativa para sustentar el desarrollo de las actividades económicas;
- VII. Proponer las normas que regulen el proceso educativo;
- VIII. Evaluar las actividades del área de su competencia; y
- IX. Las demás que de acuerdo a sus atribuciones les compete conocer.

Artículo 17°.- 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.

La cuarta variable referente a las posibilidades económicas del alumno potencial es atendida en forma parcial por el Gobierno Federal y Estatal, la misma Universidad Tecnológica, así como Instituciones y Asociaciones Civiles mediante becas en la medida de las posibilidades de cada organismo, por lo que la función de la Dirección de Vinculación o el Departamento de Prensa y Difusión será obtener y canalizar la información correspondiente de cada oportunidad de apoyo hacia los interesados a través de la coordinación de Becas.

Artículo 18°.- La Dirección de Administración y Finanzas 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.

CERTIFICADO





**Artículo 19°.-** 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 20°.-** 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 21°.-** 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 22°.-** 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.

**Artículo 23°.-** 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 al exterior, será responsabilidad del Departamento de Prensa y Difusión.

**Artículo 24°.-** 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.

**CERTIFICADO**



**Artículo 25°.-** Los espacios que mediante solicitudes, convenios, contratos o cualquier otro acuerdo sean otorgados a la Universidad 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 26°.-** El Departamento de Prensa y Difusión es responsable de toda actividad de promoción encaminada a la captación de alumnos de nuevo ingreso.

**Artículo 27°.-** Se prohíbe estrictamente:

- I. Deformar, cambiar de color, modificar, girar, estirar, inclinar, añadir adornos e invadir el logotipo de la Universidad, sin la aprobación del Departamento de Prensa y Difusión, conforme al manual corporativo de uso del logotipo. Este punto aplica tanto al personal como a los 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.

CERTIFICADO



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

### TRANSITORIOS

**ÚNICO.-** El presente Reglamento entrará en vigor el día siguiente de su aprobación, por el Consejo Directivo de la Universidad difundiéndose su contenido a la comunidad Universitaria.

**CERTIFICADO**

