

REGLAMENTO DE CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN, Y DE CAPTACIÓN DE ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL SUROESTE DE GUANAJUATO

TÍTULO ÚNICO DE LAS CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN, Y DE CAPTACIÓN DE ALUMNOS

CAPÍTULO PRIMERO DE LAS DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 1.- El presente ordenamiento regula las actividades de difusión, promoción y captación de alumnos de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato.

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

- I. UNIVERSIDAD:** La Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato;
- II. CAMPAÑA:** Al conjunto de esfuerzos y acciones realizadas con un determinado fin;
- III. DIFUSIÓN:** A toda actividad que se lleve a cabo para informar y dar a conocer al público las actividades, sucesos y resultados de la Universidad;
- IV. 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 al público, así como incentivar la decisión final de optar por los mismos en el caso de requerir de ellos;
- V. CAPTACIÓN DE ALUMNOS:** Es el proceso de entrega de fichas, examen de admisión, selección e inscripción; y
- VI. DIFUSIÓN EXTERNA:** A cualquier actividad realizada en el exterior y en nombre de la Universidad por cualquier miembro de la Comunidad Universitaria.

CAPÍTULO SEGUNDO DE LAS CAMPAÑAS

Artículo 3.- Las campañas de difusión y promoción se llevarán a cabo durante todo el año, y preferentemente tendrán por objeto incentivar a las personas para continuar sus estudios en la Universidad.

Artículo 4.- El Departamento de Prensa y Difusión es responsable de planear, organizar e implementar las campañas de difusión y promoción; la Dirección de Vinculación podrá coadyuvar con las mismas a petición por escrito del responsable.

Artículo 5.- El Departamento de Prensa y Difusión y la Dirección de Vinculación en las campañas de difusión y promoción buscarán obtener becas y/o apoyos educativos para los estudiantes, y canalizar la información correspondiente a la Comisión de Apoyo Educativo de la Universidad. Asimismo, en las campañas informarán de las oportunidades de apoyos educativos que ofrece la Universidad a sus alumnos.

Artículo 6.- El responsable de las campañas de difusión y promoción podrá solicitar la cooperación 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.

CAPÍTULO TERCERO DE LA CAPTACIÓN DE ALUMNOS

Artículo 7.- La captación de alumnos es responsabilidad del Departamento de Servicios Escolares.

Artículo 8.- El responsable de la captación de alumnos podrá solicitar la cooperación que establece el artículo 6 del presente Reglamento.

CAPÍTULO CUARTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Artículo 9.- Las campañas de difusión y promoción, y la captación de alumnos, se apoyarán en los medios de comunicación para la transmisión de los mensajes correspondientes.

Artículo 10.- Se entiende por medio de 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 11.- El Departamento de Prensa y Difusión planeará anticipadamente y justificadamente el uso de los medios de comunicación para las actividades a desempeñar en las campañas de difusión y promoción, y en la captación de alumnos.

Artículo 12.- Los medios utilizados para las campañas de difusión y promoción, y en captación de alumnos podrán ser Masivos o Directos.

Artículo 13.- Se entiende por:

- I. 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; y
- II. MEDIOS DIRECTOS:** A los volantes, 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.

Artículo 14.- La 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 por escrito del área correspondiente.

CAPÍTULO QUINTO DEL PÚBLICO

Artículo 15.- Se entiende por Público a las personas que reciben a través de los medios de comunicación, los mensajes derivados de las campañas de difusión y promoción, y de la captación de alumnos.

Artículo 16.- El Público se divide en dos: Público Objetivo y Público en General.

Artículo 17.- Es Público Objetivo todas aquellas personas a las que está destinado el mensaje de manera exclusiva.

Artículo 18.- Es Público en General todas aquellas personas susceptibles de recibir el mensaje enviado a través de algún medio de comunicación.

CAPÍTULO SEXTO DE LA DIFUSIÓN EXTERNA

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

- I.** Enaltecer el nombre de la Universidad, realizándose con la mayor calidad posible y utilizando los mejores recursos disponibles;
- II.** Realizarse en un estricto marco de ética, moralidad y buenas costumbres;
- III.** Evitar dar imágenes de vulgaridad, falta de higiene y limpieza; y

- IV.** Mantenerse al margen de participar en actos políticos y/o religiosos públicos a nombre de la Universidad.

CAPÍTULO SÉPTIMO DE LAS PROHIBICIONES

Artículo 20.- Se prohíbe estrictamente:

- I.** Deformar, cambiar de color, modificar, girar, estirar, inclinar, añadir adornos e invadir el logotipo de la Universidad; sin la autorización correspondiente;
- II.** La utilización del logotipo y nombre de la Universidad para fines comerciales, de difusión, de promoción o de cualquier otro, sin autorización de la Universidad;
- III.** Hablar, publicar, difundir y cualquier otra forma de comunicación electrónica o escrita en nombre de la Universidad, sin la autorización correspondiente;
- IV.** Utilizar los espacios contratados por la Universidad en los medios masivos sin la autorización correspondiente;
- V.** El mal uso, deterioro, desvío, abandono, daño, perjuicio, pérdida, venta, concesión, arrendamiento de los recursos materiales y de comunicación involucrados en las campañas de difusión y promoción y la captación de alumnos por parte de los participantes; y
- VI.** Obstaculizar o detener de cualquier manera las campañas de difusión y promoción y la captación de alumnos.

Artículo 21.- El incumplimiento a las disposiciones establecidas en el presente reglamento será motivo de imposición de sanciones conforme a los ordenamientos legales aplicables.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente reglamento entrará en vigor el día de su publicación en el Medio de Información Oficial de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato.

SEGUNDO.- Los casos no previstos en el presente Reglamento serán analizados y resueltos por el Rector de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato.

Por lo tanto, mando se imprima, publique, circule y se le dé el debido cumplimiento.

Dado en el Salón de Sesiones del H. Consejo Directivo de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato, en la ciudad de Valle de Santiago, Gto., a los 26 días del mes de octubre del 2000 dos mil .

P R E S I D E N T E

ARQ. VÍCTOR MANUEL RAMÍREZ VALENZUELA

CONSEJEROS

ING. ERNESTO ANTONIO PORRAS HOLGUÍN

ARQ. ARTURO NUÑEZ SERRANO

ING. ALFREDO LÓPEZ HERRERA

ING. HUGO MORENO SÁNCHEZ

C.P. MARTHA LIDIA GONZÁLEZ AGUILERA

PROFR. JOSÉ MENDOZA RODRÍGUEZ

C. JOSÉ LUIS NIETO MONTOYA

ING. ANTONIO GALLARDO ROMERO

ING. ÁLVARO GONZÁLEZ OLIVARES

C. ARTURO RAMÍREZ HERNÁNDEZ