



# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CULIACÁN

Organismo Público Descentralizado

---



## REGLAMENTO DE CAMPAÑA DE DIFUSIÓN Y CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CULIACÁN



**¡TRASCIENDE EL PRESENTE, GARANTIZA TU FUTURO!**

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CULIACÁN, EN EJERCICIO DE LAS FACULTADES QUE LE CONFIERE EL ARTÍCULO 13 FRACCIÓN II DEL DECRETO DE CREACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CULIACÁN, PUBLICADO EL DÍA 03 DE JULIO DE 2013 EN EL PERIÓDICO OFICIAL “EL ESTADO DE SINALOA”, Y

### **CONSIDERANDO**

Que es indispensable dotar a la Universidad Tecnológica de Culiacán de un marco jurídico flexible y ágil que desde un enfoque académico, permita la mayor participación de los diversos sectores de la comunidad en el cumplimiento de sus funciones.

Que la difusión y promoción de la Universidad Tecnológica de Culiacán con la sociedad, permitirá posicionar a la misma en las preferencias de los educandos.

Que es necesario establecer un procedimiento eficiente que permita lograr la promoción, difusión y captación de estudiantes para la Universidad.

En virtud de lo anterior, el Consejo Directivo de la Universidad Tecnológica de Culiacán, ha tenido a bien aprobar el siguiente:

## **REGLAMENTO DE CAMPAÑA DE DIFUSIÓN Y CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CULIACÁN**

### **CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES**

**ARTÍCULO 1.-** El presente Reglamento regula las acciones a desarrollar, estructura, facultades, organización y funcionamiento de las actividades de difusión y captación de estudiantes de la Universidad Tecnológica Culiacán, conforme a las disposiciones de su Decreto de creación y demás disposiciones aplicables.

**ARTÍCULO 2.-** El presente Reglamento tiene por objeto establecer las bases a que se sujetará la realización de actividades de difusión y captación de estudiantes. 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 los efectos del presente Reglamento se entenderá por:

- I. **UNIVERSIDAD:** La Universidad Tecnológica de Culiacán;
- II. **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 estudiantes;
- III. **CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES:** Al proceso por el cual se incentiva a los estudiantes egresados del nivel medio superior (bachillerato) para continuar sus estudios universitarios mediante la inscripción a la Universidad;
- IV. **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;

- V. **DIFUSIÓN EXTERNA:** A cualquier actividad realizada al exterior y en nombre de la Universidad por estudiantes, docentes, administrativos, departamentos o direcciones de la misma. 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;
- VI. **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;
- VII. **MEDIO DIRECTO:** A los artículos promocionales, así como cualquier medio audiovisual, electrónico o impreso cuyo mensaje sólo sea capaz de llegar a un individuo por impacto;
- VIII. **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 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;
- IX. **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;
- X. **PÚBLICO OBJETIVO:** A las personas a las que está destinado el mensaje de manera exclusiva. Para efectos de captación de estudiantes, el público objetivo serán estudiantes de Educación Media Superior próximos a egresar y egresados de Educación Media Superior;
- XI. **PÚBLICO EN GENERAL:** A las personas susceptibles de escuchar el mensaje enviado a través de algún medio de información y/o comunicación; y
- XII. **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.

## **CAPÍTULO II DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN Y CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES**

**ARTÍCULO 4.-** La captación de estudiantes se compone de tres etapas, tal y como se describe a continuación:

- I. 1ª etapa: Campaña de Difusión.
- II. 2ª etapa: Campaña de Promoción.
- III. 3ª etapa: Proceso de Selección. Entrega de fichas, examen de admisión e inscripción.

La 1ª y 2ª etapas son responsabilidad directa del Departamento de Prensa y Difusión y/o la Dirección de Vinculación.

La 3ª etapa es responsabilidad de la Dirección Académica, la Dirección de Planeación y Evaluación, los Coordinadores de Carrera, el Departamento de Servicios Escolares y la Dirección de Administración y Finanzas.

**ARTÍCULO 5.-** El Departamento de Prensa y Difusión, la Dirección Académica y los Coordinadores de Carrera, 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 estudiantes de la Universidad, estará conformada en primer término por el municipio de Culiacán, sede de la Institución, sin perjuicio de que se puedan abarcar otros municipios que conforman el territorio del Estado de Sinaloa y Estados vecinos.

**ARTÍCULO 7.-** Las Campañas de Difusión y Promoción se llevarán a cabo durante todo el año con especial énfasis en el periodo comprendido entre marzo y julio de cada año.

La Campaña de Captación de Estudiantes se llevará a cabo durante el periodo comprendido entre junio 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 8.-** Las Campañas de Difusión, Promoción y Captación se apoyarán en medios de información y/o comunicación para la transmisión de los mensajes pertinentes.

**ARTÍCULO 9.-** El Departamento de Prensa y Difusión y/o la Dirección de Vinculación, será la instancia encargada de presentar a la Dirección de Administración y Finanzas los proyectos para la contratación, compra, alquiler, renta o préstamo de cualquiera de los medios señalados en el artículo que precede, mismo Departamento que deberá hacer la compra en coordinación con el Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Universidad, y previa verificación al área administrativa respectiva, de que se cuenta con recursos autorizados para realizar estos gastos.

**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 y/o la Dirección de Planeación y Evaluación.

**ARTÍCULO 11.-** Cualquier medio contratado, adquirido, alquilado, rentado o prestado por cualquier otra dirección o departamento diferente al Departamento de Prensa y Difusión, será responsabilidad de la parte que haya efectuado la transacción, así como los alcances legales y económicos que esta genere.

**ARTÍCULO 12.-** Los medios utilizados para la Difusión y Captación de Estudiantes pueden ser masivos o directos.

**ARTÍCULO 13.-** El público que recibe la información de los programas de Difusión y Captación de Estudiantes se agrupa en dos: Público Objetivo y Público en General.

**ARTÍCULO 14.-** Son facultades del Departamento de Prensa y Difusión y/o la Dirección de Vinculación, diseñar e implementar con el apoyo de las áreas correspondientes las tareas de Difusión y Captación de Estudiantes, mismas que podrán variar de acuerdo a la situación específica por la que atraviese la institución. De igual manera, 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 Universidad hacia el exterior.

**ARTÍCULO 15.-** En el caso de la captación de estudiantes debe entenderse que: "El número

total de aspirantes varia cada año", por lo cual, el número de estudiantes 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;
- 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.-** El Departamento de Prensa y Difusión, así como las demás áreas de la Universidad no tienen control sobre las variables a las que se refiere el artículo anterior, por lo que la captación de estudiantes será de igual manera variable según intervengan los factores descritos.

La cuarta variable referente a las posibilidades económicas del estudiante potencial es atendida en forma parcial por los Gobiernos Federal y Estatal, la misma Universidad, 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 y/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 de la Universidad.

**ARTÍCULO 17.-** El Departamento de Prensa y Difusión y/o la Dirección de Vinculación, a través del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Universidad, se encargará de contratar los medios de comunicación para la difusión de los mensajes orientados a la captación de estudiantes.

**ARTÍCULO 18.-** Es obligación de los estudiantes, 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 ésta, deberán conducirse de la manera siguiente:

- 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, evitando dar imágenes de vulgaridad, falta de higiene, violencia y agresividad en contra de los individuos y profesionistas, y
- III. Mantenerse al margen de participar en actos políticos y/o religiosos públicos manifestando apoyo y representación de la Universidad, salvo orden expresa o instrucción generada por Rectoría, los Gobiernos 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 Estudiantes son responsabilidad inmediata del Departamento de Prensa y Difusión, con el apoyo de la Dirección Académica, la Dirección de Vinculación, los Coordinadores 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 de actividades de cualquier índole que se suscite 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 y/o la Dirección de Vinculación.

**ARTÍCULO 22.-** La contratación y publicación en medios electrónicos y escritos de convocatorias de empleo, de admisión de estudiantes 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 23.-** 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.

**ARTÍCULO 24.-** El Departamento de Prensa y Difusión será responsable de toda actividad de promoción encaminada a la captación de estudiantes de nuevo ingreso.

**ARTÍCULO 25.-** Se prohíbe estrictamente lo siguiente:

- 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. Este punto aplica tanto al personal y estudiantes 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 Rector 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 y/o el Rector de la Universidad;
- IV. La utilización de los espacios propios o pactados con los medios electrónicos o impresos de personas externas y ajenas a la Universidad, sin el permiso y supervisión del Departamento de Prensa y Difusión;
- V. 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 Estudiantes 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;
- VI. Obstaculizar o detener de cualquier manera el proceso de Captación de Estudiantes de nuevo ingreso en la temporada correspondiente de enero a septiembre, por considerarse prioridad máxima en dichas fechas, y

- VII. 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 Universidad, así como de medios de comunicación e información electrónicos e impresos. Serán remitidos los casos ante las autoridades judiciales competentes, para que determinen las sanciones correspondientes.

**ARTÍCULO 26.-** El permiso para la utilización de los espacios referidos en la fracción IV del artículo 25, para personas externas a la Universidad, se otorgará mediante consenso del Departamento de Prensa y Difusión, Rectoría y la parte interesada, haciendo uso de los instrumentos legales, correspondientes que para tal efecto sean pertinentes.

**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 y/o Rectoría de la Universidad.

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

### **TRANSITORIOS**

**ARTÍCULO PRIMERO.-** El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su aprobación en el Consejo Directivo.

**ARTÍCULO SEGUNDO.-** La Universidad, a través de la Rectoría, es responsable del tratamiento de los datos personales de los estudiantes, con fundamento en lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares y demás disposiciones aplicables.

**ARTÍCULO TERCERO.-** El presente Reglamento fue aprobado por el Consejo Directivo de la Universidad en sesión extraordinaria, celebrada el día 13 de mayo de 2016.

### **POR EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CULIACÁN**

  
**DR. GÓMER MONARREZ GONZÁLEZ**  
Secretario de Educación Pública y Cultura  
y Presidente del Consejo Directivo

**DR. LEONARDO GERMÁN GANDARILLA**  
Subsecretario de Educación Media Superior  
y Superior y Secretario del Consejo Directivo

En cumplimiento al acuerdo del Consejo Directivo de la Universidad Tecnológica de Culiacán, dictado en sesión extraordinaria celebrada el día 13 de mayo de 2016, mando se imprima y publique el presente Reglamento de Campaña de Difusión y Captación de Estudiantes.

  
**MC. JOSÉ RUBÉN MELCHOR APODACA**  
Encargado del Despacho de Rectoría

**LIC. JAVIER AHUMADA QUINTERO**  
Abogado General