

REVISIONES Y ACTUALIZACIONES				
No. de Rev.	Fecha de Modificación	Hoja modificada	Descripción de la revisión o actualización	Elaboró, Nombre y Firma
01	21/01/2010	Todas	Se adecua el procedimiento referenciando la norma NMX-CC-9001-IMNC-2008 en el encabezado del documento.	Jorge Chena Batres
02	26/0720/10	3,4,5	Actualización Propósito, Alcance, Definiciones y Política de Operación, Diagrama de Flujo, Registros, Descripción del procedimiento. A partir de esta revisión se generan los registros SGC-PG-15-01, SGC-PG-15-02, SGC-PG-15-03 y SGC-PG-15-04, con sus respectivos anexos.	Jorge Chena Batres

Este Procedimiento deberá ser actualizado conforme a los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora, a partir de la fecha de emisión o última revisión; para aumentar la eficacia de su cumplimiento.

ELABORÓ:	REVISÓ:	AUTORIZÓ:
DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y ACT. CULTURALES/OLGP 02 DE FEBRERO DE 2009	DIRECCIÓN DE VINCULACION/LRC 26 DE JULIO DE DE 2010	DIC/TRC 26 DE JULIO DE 2010 REC/CCS 28 DE JULIO DE 2010

CONTROL DE COPIAS		
Puesto	No. de copias controladas	Fecha y firma de recibido
Dirección de Innovación y Calidad	1	
Rectoría	1	

La dirección electrónica en donde se encuentra ubicado este procedimiento es: www.utgutierrezzamora.edu.mx para consulta general. Los documentos electrónicos están firmados digitalmente por las entidades respectivas. Las firmas digitales corresponden de la siguiente manera:

Área	Firma Electrónica
Rectoría	Rectoría
Jurídico	Jurídico
Vinculación	Área de Vinculación
Planeación y Evaluación	Área de Planeación y Evaluación
Innovación y Calidad	Innovación y Calidad
Administración y Finanzas	Área de Administración y Finanzas
Académico	Área Académica

ELABORÓ: DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y ACT. CULTURALES/OLGP 02 DE FEBRERO DE 2009	REVISÓ: DIRECCIÓN DE VINCULACION/LRC 26 DE JULIO DE DE 2010	AUTORIZÓ: DIC/TRC 26 DE JULIO DE 2010 REC/CCS 28 DE JULIO DE 2010
---	--	--

ÍNDICE

Contenido	Página
1. Propósito.....	4
2. Alcance.....	4
3. Referencias.....	4
4. Definiciones.....	4
5. Políticas de Operación.....	5
6. Descripción del Procedimiento.....	6
7. Registros.....	7
8. Diagrama de Flujo.....	8
9. Anexos.....	9

<p>ELABORÓ:</p> <p>DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y ACT. CULTARLES/OLGP 02 DE FEBRERO DE 2009</p>	<p>REVISÓ:</p> <p>DIRECCIÓN DE VINCULACION/LRC 26 DE JULIO DE DE 2010</p>	<p>AUTORIZÓ:</p> <p>DIC/TRC 26 DE JULIO DE 2010</p> <p>REC/CCS 28 DE JULIO DE 2010</p>
---	---	--

1. Propósito.

Señalar los lineamientos a que se sujetará la realización de actividades de promoción y captación de alumnos; entre las escuelas de nivel medio superior de la zona de influencia, con la finalidad de señalar las actividades que se llevarán a cabo para incrementar la matrícula de la Universidad Tecnológica de Gutiérrez Zamora (UTGZ)

2. Alcance.

Este procedimiento tiene como alcance a las Direcciones de Vinculación, Académica, así como Administración y Finanzas.

3. Referencias.

Reglamento de campaña, difusión y captación de alumnos de la Universidad Tecnológica de Gutiérrez Zamora.

4. Definiciones.

Campaña: Conjunto de estrategias con el objetivo es difundir y promocionar las diferentes actividades realizadas por la UTGZ para captar alumnos.

Captación de alumnos: Proceso por el cual se incentiva a los alumnos egresados del nivel medio superior, para continuar sus estudios universitarios mediante la inscripción a la UTGZ.

CGUT: Coordinación General de Universidades Tecnológicas.

DET: Dirección de Educación Tecnológica en el Estado.

Promoción: Toda actividad que se lleve a cabo para dar a conocer, informar y fortalecer la imagen de la UTGZ 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.

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.

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.

ELABORÓ:	REVISÓ:	AUTORIZÓ:
DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y ACT. CULTURALES/OLGP 02 DE FEBRERO DE 2009	DIRECCIÓN DE VINCULACION/LRC 26 DE JULIO DE DE 2010	DIC/TRC 26 DE JULIO DE 2010 REC/CCS 28 DE JULIO DE 2010

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.

5. Políticas de Operación.

5.1. Frecuencia.

5.1.1. Este procedimiento es aplicable de manera permanente con mayor énfasis en los meses de enero a agosto.

5.2. Disposiciones generales.

5.2.1. Las acciones a realizar de promoción y captación de alumnos deberán ser autorizadas por la Rectoría y contar con el Visto Bueno de la Dirección de Vinculación, Académica así como de Administración y Finanzas

5.2.2. La operación efectiva de las acciones planeadas dependerá de la disponibilidad de recursos humanos, materiales y financieros de la UTGZ.

ELABORÓ:	REVISÓ:	AUTORIZÓ:
DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y ACT. CULTARLES/OLGP 02 DE FEBRERO DE 2009	DIRECCIÓN DE VINCULACION/LRC 26 DE JULIO DE DE 2010	DIC/TRC 26 DE JULIO DE 2010 REC/CCS 28 DE JULIO DE 2010

6. Descripción del Procedimiento.

Secuencia de etapas	Actividad	Responsable
1. Solicita elaboración de campaña de promoción y captación de alumnos.	1.1 La Rectoría solicita a la Dirección de Vinculación la elaboración de la campaña de promoción y captación de alumnos. SGP-PG-15-01.	Rectoría
2. Elabora la campaña de promoción y captación de alumnos.	2.1 La Dirección de Vinculación instruye al depto. de prensa, difusión y actividades culturales para la elaboración de la campaña de promoción y captación de alumnos. 2.2 El depto de prensa, difusión y actividades culturales elabora la campaña de promoción y captación de alumnos y la presenta a la Dirección de Vinculación, quien a su vez la remite a las distintas áreas para su visto bueno y a la Rectoría para su autorización	Dirección de Vinculación
3. Gestiona y asigna los recursos para la campaña de promoción y captación de alumnos.	3.1 La Dirección de Administración y Finanzas gestiona y asigna el recurso necesario para llevar a cabo las acciones de la campaña.	Dirección de Administración y Finanzas
4. Ejecuta la campaña de promoción y captación de alumnos.	4.1 El departamento de prensa, difusión y actividades culturales ejecuta la campaña de promoción. 4.2 Elabora las respectivas rutas y calendarización para la visita a las escuelas de nivel medio superior, en coordinación con las distintas áreas para la designación del personal de apoyo. SGC-PG-15-02. 4.3 El personal de apoyo recabará la información de las escuelas visitadas (formato SGC-PG-15-03), así como de los alumnos del nivel medio superior susceptibles de ingresar a la UTGZ, por medio del formato SGC-PG-15-04. 4.4 El personal de apoyo entregará la información recabada en forma electrónica a la Dirección de Vinculación, en el formato y la manera que se destine para ello. 4.5 La información generada será remitida a la Dirección Académica, para que a través de la Oficina de Tecnología de la Información y Comunicación, se envíe información a los aspirantes de la oferta académica de la UTGZ; mediante los medios pertinentes.	Todas las Áreas
5. Mide la Efectividad de la campaña a través de la captación de alumnos	5.1 Emite un reporte semanal de la captación de aspirantes hasta el cierre de registro de alumnos de nuevo ingreso en el sistema y el cual será enviado a la Rectoría y a las Direcciones de Área de la UTGZ. 5.2 El departamento de servicios escolares envía reporte a la CGUT de manera mensual y a la DET de manera semanal.	Dirección Académica

ELABORÓ:	REVISÓ:	AUTORIZÓ:
DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y ACT. CULTARLES/OLGP 02 DE FEBRERO DE 2009	DIRECCIÓN DE VINCULACION/LRC 26 DE JULIO DE DE 2010	DIC/TRC 26 DE JULIO DE 2010 REC/CCS 28 DE JULIO DE 2010

6. Emite resultados de la Campaña.	<p>6.1 Al cierre del sistema de registro de nuevo ingreso, el departamento de servicios escolares enviará al departamento de prensa, difusión y actividades culturales, una estadística básica de los alumnos por sexo, municipio y escuela de procedencia y carrera.</p> <p>6.2 El departamento de servicios escolares emitirá un reporte de comparación con los ciclos escolares para determinar las áreas de oportunidades y metas alcanzadas, el cuál será enviado a Rectoría y Direcciones de Área de la UTGZ.</p>	Dirección Académica
Fin del Procedimiento		

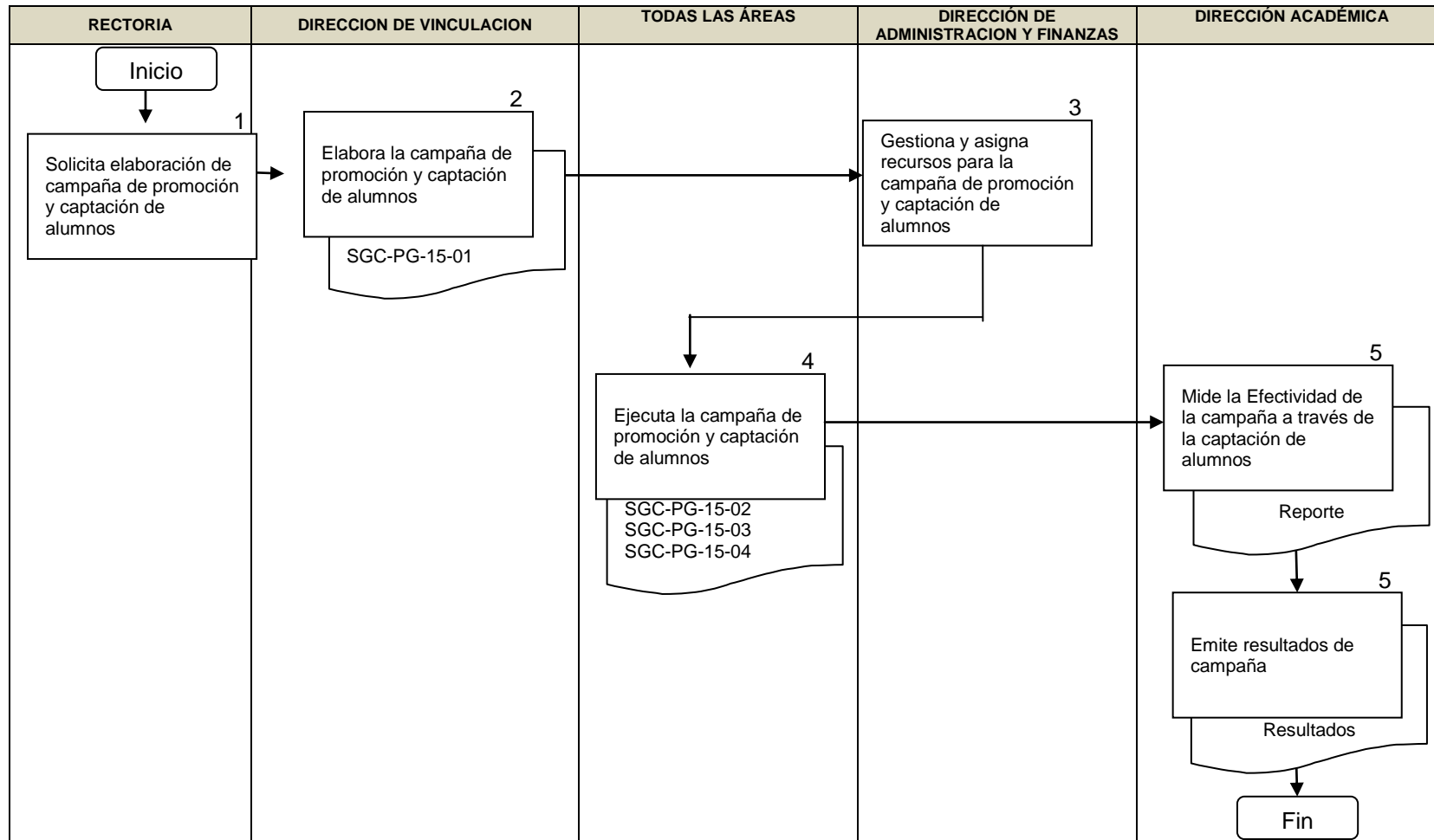
7. Registros.

Los registros que se utilizan son los siguientes:

Registros	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código del Registro
Campaña de Promoción y captación de alumnos.	12 meses	Depto. de Prensa, Difusión y Actividades Culturales.	SGC-PG-15-01
Calendario de visitas y rutas de Promoción	12 meses	Depto. de Prensa, Difusión y Actividades Culturales.	SGC-PG-15-02
Registro de escuelas visitadas	12 meses	Depto. de Prensa, Difusión y Actividades Culturales.	SGC-PG-15-03
Registro de alumnos visitados	12 meses	Depto. de Prensa, Difusión y Actividades Culturales.	SGC-PG-15-04

ELABORÓ:	REVISÓ:	AUTORIZÓ:
DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y ACT. CULTARLES/OLGP 02 DE FEBRERO DE 2009	DIRECCIÓN DE VINCULACION/LRC 26 DE JULIO DE DE 2010	DIC/TRC 26 DE JULIO DE 2010 REC/CCS 28 DE JULIO DE 2010

8. Diagrama de Flujo



ELABORÓ:

DEPTO. DE PRENSA, DIFUSIÓN Y
ACT. CULTURALES/OLGP
02 DE FEBRERO DE 2009

REVISÓ:

DIRECCIÓN DE
VINCULACIÓN/LRC
26 DE JULIO DE 2010

AUTORIZÓ:

REC/CCS
28 DE JULIO DE 2010

HOJA
8 DE 9

9. Anexos.

9.1. Campaña de Promoción y Captación de Alumnos 2009.

ELABORÓ:

DEPTO. DE PRENSA, DIFUSION Y
ACTIVIDADES CULTURALES/OLGP
02 DE FEBRERO DE 2009

REVISÓ:

DIRECCION DE
VINCULACION/LRC
26 DE JULIO DE 2010

AUTORIZÓ:

REC/CCS
28 DE JULIO DE 2010

HOJA
9 DE 9