



REGLAMENTO INTERNO DE LA UNIDAD DE PROMOCIÓN UNIVERSITARIA

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES PRELIMINARES

Art. 1. La promoción universitaria es el conjunto de actividades que, de manera permanente y continua, están orientadas a mantener e incrementar la buena imagen y la presencia institucional dentro de la sociedad salvadoreña, generando expectativas positivas en los potenciales estudiantes tendientes a incrementar la población estudiantil de la Universidad, así como contribuyendo a la creación de condiciones adecuadas para su permanencia dentro de la Institución.

Art. 2. Las actividades de promoción estarán a cargo de la Unidad de Promoción Universitaria, la cual tendrá todo el apoyo de la Institución, a través de sus autoridades, mediante la provisión de los recursos financieros, humanos y físicos que sean necesarios.

CAPÍTULO II

OBJETIVOS DE LA UNIDAD DE PROMOCIÓN UNIVERSITARIA

A. OBJETIVO GENERAL

Art. 3. La Unidad de Promoción Universitaria tiene como objetivo general planificar, organizar, llevar a cabo, controlar y evaluar la promoción institucional.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Art. 4. Los objetivos específicos de la Unidad de Promoción Universitaria son los siguientes:

- a) Posicionar a la Universidad, a través de una efectiva promoción institucional, en el lugar que le corresponde de acuerdo a su visión, misión, valores y calidad de su enseñanza.
- b) Promocionar los servicios educativos de la Universidad, mediante la utilización de una adecuada publicidad y promoción a nivel regional o nacional, a través de los medios adecuados de comunicación y divulgación.
- c) Aumentar la demanda de la población estudiantil mediante el empleo de estrategias de acercamiento a las instituciones de educación media, tendientes

a la inducción de sus alumnos hacia la preferencia por la oferta académica de la Universidad.

- d) Dar a conocer a la comunidad universitaria y público en general todo lo referente a las distintas actividades extracurriculares de la Institución, entre ellas la proyección social y la educación continua, con miras a promocionar el quehacer institucional en cuanto a estas actividades.
- e) Contribuir a la generación de las mejores condiciones de servicio hacia los estudiantes, así como la debida divulgación de las mismas, que contrarresten las distintas causas de deserción estudiantil.
- f) Involucrar al personal docente y administrativo de la Universidad, así como a los alumnos, en las diferentes actividades internas y externas de promoción institucional.

CAPÍTULO III

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA UNIDAD

Art. 5. La Unidad de Promoción Universitaria será administrada por la Comisión de Promoción Institucional, constituida por un Coordinador y tres Docentes de planta, uno por cada Facultad. Dicha Comisión dispondrá de la colaboración de todo el personal docente permanente, cuando le sea solicitado.

Art. 6. El Coordinador de la Unidad será una persona nombrada por la Junta de Directores, a propuesta del Rector, para desempeñarse de manera permanente a tiempo completo, y dependerá jerárquicamente de la Rectoría de la Universidad.

Art. 7. Los tres Docentes integrantes de la Comisión serán propuestos por la Vice-Rectoría Académica y aprobados por la Junta de Directores al inicio de cada año. Se desempeñarán en tal posición durante el año en que fueron nombrados, pudiendo ser nombrados nuevamente para el año siguiente.

CAPÍTULO IV

FUNCIONES DE LA COMISIÓN DE PROMOCIÓN INSTITUCIONAL

Art. 8. La Comisión de Promoción Institucional tendrá las siguientes funciones:

- a) Elaborar, al inicio de cada semestre, el Plan de Trabajo Semestral, en donde se especifiquen las actividades a desarrollar, los responsables de las mismas, las fechas de ejecución y los recursos requeridos para su realización.
- b) Coordinar la participación de las diferentes unidades académicas, de extensión universitaria o proyección social, y de alumnos becarios o en servicio social, en las actividades de promoción.
- c) Diseñar y proponer la aprobación de estrategias orientadas hacia la captación de nuevos estudiantes, tales como la oferta de un programa de becas totales o

parciales, los beneficios al alumno promotor, la entrega de diversos artículos promocionales, u otras acciones semejantes.

- d) Investigar y determinar las carreras hacia las cuales existe mayor interés y demanda por parte de la población estudiantil egresada de la educación media, a fin de mejorar la oferta institucional.
- e) Generar y mantener el acercamiento permanente con las instituciones de educación media, a través de programas de proyección social, particularmente de capacitación hacia sus docentes.
- f) Planificar y ejecutar debidamente, de común acuerdo con las instituciones de educación media, las visitas promocionales a dichas instituciones, o de sus estudiantes a la Universidad, teniendo en cuenta la idoneidad del personal participante, la calidad de la exposición acerca de la oferta educativa y promocional, y demás aspectos relacionados.
- g) Mantener un inventario de artículos promocionales, para entregarlos durante las visitas a las instituciones de educación media, así como a los estudiantes de nuevo ingreso e ingreso por equivalencias al inicio de cada ciclo lectivo.
- h) Coordinar la participación en ferias y exposiciones de divulgación y promoción institucional, tanto a nivel de instituciones de educación media, como a nivel universitario, así como en diversos congresos estudiantiles y profesionales.
- i) Participar en la organización y desarrollo de los cursos y actividades de preparación de los exámenes que deben rendir los alumnos próximos a graduarse de bachillerato, con el fin introducir en dichas actividades el elemento promocional de la Institución.
- j) Mantener e incrementar el desarrollo del Programa del Alumno Promotor, buscando la máxima participación de los alumnos de la Universidad en dicha actividad, a través de los mejores incentivos para los mismos, así como las mejores formas de operativizar la aplicación de tal Programa.
- k) Contribuir con sugerencias y recomendaciones hacia las diferentes unidades académicas y administrativas de la Universidad respecto a la presentación y contenido del sitio web institucional, de las carteleras internas y de cualquier otro medio publicitario, en relación con su incidencia en la promoción institucional.
- l) Diseñar, auxiliándose de la asesoría técnica correspondiente, los diversos avisos e instrumentos publicitarios de la Institución, estableciendo la periodicidad y demás detalles de su aplicación.
- m) Mantener una permanente actualización de los eventos internos de la Universidad, así como de aquellos en que la misma interviene como institución, a fin de promover la divulgación de los hechos que puedan utilizarse como elementos promocionales.
- n) Ejecutar cualquier otra actividad encomendada por el Rector de la Universidad, orientada hacia el cumplimiento de los objetivos propios de la Comisión.

CAPÍTULO V

FUNCIONES DEL COORDINADOR DE LA COMISIÓN DE PROMOCIÓN

Art. 9. El Coordinador de la Comisión de Promoción tendrá las siguientes funciones:

- a) Presentar a consideración y aprobación de la Rectoría de la Universidad, al inicio de cada semestre, el Plan de Trabajo Semestral previamente elaborado en el seno de la Comisión de Promoción.
- b) Elaborar, al inicio de cada semestre, el Presupuesto de Funcionamiento Semestral de la Unidad de Promoción Institucional, y someterlo a consideración de la Rectoría de la Universidad, para su correspondiente aprobación por la Junta de Directores.
- c) Convocar a la Comisión de Promoción a sesiones de trabajo, con la periodicidad previamente convenida, que no debe superar los quince días calendario.
- d) Llevar, mediante la redacción de una Ayuda Memoria, un registro o historial de las resoluciones y acuerdos adoptados en cada una de las sesiones de trabajo.
- e) Efectuar la debida coordinación, seguimiento y control de ejecución de las distintas actividades programadas en cada Plan de Trabajo Semestral.
- f) Presentar al Rector de la Universidad, al final de cada semestre, un informe detallado del cumplimiento de las actividades programadas en el correspondiente Plan de Trabajo Semestral. Cualquier incumplimiento de las mismas debe ser debidamente justificado.

CAPÍTULO VI

RECURSOS FINANCIEROS

Art. 10. El Coordinador de la Comisión de Promoción Institucional presentará al Rector de la Universidad, al inicio de cada semestre, el respectivo Presupuesto de Funcionamiento Semestral de la Unidad de Promoción, para ser aprobado por la Junta de Directores.

Art. 11. La Unidad de Promoción Universitaria, con base en el Presupuesto de Funcionamiento Semestral previamente aprobado, dispondrá de una asignación presupuestaria al inicio de cada semestre.

CAPÍTULO VII

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 12. Toda situación no considerada en las disposiciones anteriores será tratada por el Rector de la Universidad, previa opinión de la Comisión de Promoción, o bien, según proceda, sometida a conocimiento y disposición de la Junta de Directores.

Art. 13. El presente Reglamento entrará en vigencia después de la aprobación por la Junta de Directores de la Universidad Politécnica de El Salvador.