

Encabezado de Documentos Internos.	A. Nombre del Documento:	
 UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal	Programa de Captación del Alumnado	
F-24-039/R1;300415	B. Código/Revisión;Fecha:	Pr-13-01/R0;2110817

1. Elaboró: Firma.		2. Aprobó Responsable: Firma.	
Nombre:	M.A. Oris Estela Vargas García	Nombre:	Dr. Julio Márquez Rodríguez
Puesto:	Directora de Extensión Universitaria	Puesto:	Rector

3. FECHA DE ELABORACIÓN: _____ julio 2018 _____

4. PERIODO QUE APLICA: _____ campaña 2018-2019 _____

5. DESARROLLO DEL PROGRAMA:

PRESENTACIÓN

Es parte de la responsabilidad de la Universidad, a través de diferentes formas de difusión, hacer la labor de orientar a quien decide seguirse preparando para un futuro cada vez más competitivo y que exige al individuo contar con diversas herramientas profesionales y personales; además busca permear en todos los niveles educativos; reforzando el hecho de que cada vez más alumnos tengan el acceso a Instituciones de Educación Superior, por ello, busca incansablemente ser también difusora y promover estos servicios de manera efectiva, llegando a los interesados oportunamente.

Este Programa tiene como finalidad difundir la oferta educativa existente en la Universidad Tecnológica de Tulancingo.

Se presenta esta propuesta a fin de diversificar los canales de comunicación, que la cobertura sea amplia y rebase el entorno local.

L.C.P.F. Oris Estela Vargas García, M.A.

Directora de Extensión Universitaria
Universidad Tecnológica de Tulancingo



<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <p style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</p>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

DIAGNÓSTICO

La Universidad se encuentra en un momento en que se está consolidando la manera de difundir su oferta educativa, y la proyección de la imagen visual que identifica a la institución, así como las estrategias que permitan comunicar de mejor forma las fortalezas y logros de la institución, respaldando el prestigio ganado en 23 años de existencia.

Las condiciones en la capacidad de la infraestructura han cambiado, dado que contamos con un nuevo edificio con capacidad de 400 estudiantes por turno.

Actualmente la Universidad se encuentra ya en una situación en la que se hace necesario dar continuidad a lograr un posicionamiento más efectivo, con proyección de futuro (consolidación y fortalecimiento de sus programas educativos.) Hoy día contamos con matrícula total superior a los 3000 estudiantes, dato histórico para la institución.

Cabe destacar que para el arranque del cuatrimestre septiembre-diciembre 2018 la Universidad aumentó con dos programas educativos su oferta actual: la Licenciatura en Salud Reproductiva y Partería (LSR), así como la Licenciatura en Diseño Digital y Producción Audiovisual (LDDyP); siendo la primera de ellas punta de lanza a nivel del Sistema de Universidades Tecnológicas, ya que es la primera UT que la ofrece.

Adicionalmente se hicieron esfuerzos amplios por parte de la institución para fortalecer la oferta educativa en las dos sedes con las que cuenta la Universidad en los municipios de Cuauhtepic de Hinojosa y en Huehuetla, ampliando la cantidad de carreras que se imparten en ellas.

A la fecha en la Universidad se cuenta ya con varias generaciones graduadas del nivel A5 (Ingenierías), nivel ofertado desde 2009 y desde entonces se ha ido consolidando el cambio respecto a la actualización de planes de estudio, a Programas Educativos Basados en Competencias Profesionales, proceso que tuvo como fin el de ampliar la cobertura de la Educación Superior, manteniendo su pertinencia y calidad, para obtener una mayor rentabilidad social.

La labor de la Dirección de Extensión Universitaria es realizar la captación comunicando externamente de forma efectiva y eficiente, buscando que los procesos de información y promoción directa tienda más a la estabilización de la matrícula, y cuando sea pertinente tener un escenario decrecimiento. El objetivo es conseguir un equilibrio de acuerdo a las metas anuales, por programa educativo.

Todo lo anterior en apego a las nuevas necesidades del país y al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, en el cual una de las metas nacionales es un México con educación de calidad, para garantizar un desarrollo integral de todos los mexicanos y así contar con un capital humano preparado, que sea fuente de innovación y lleve a todos los estudiantes a su mayor potencial humano.

M

<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <p style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</p>	
<p>F-24-039/R1:300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

Esta meta busca incrementar la calidad de la educación para que la población tenga las herramientas y escriba su propia historia de éxito.

El propósito principal es elevar la calidad educativa con cobertura y programas educativos pertinentes y el aprovechamiento óptimo de la capacidad instalada (infraestructura), en otras palabras la UTEC busca consolidarse aún más y lograr un crecimiento cuantitativo y cualitativo bien equilibrado.

Oferta Educativa

La oferta actual (2018-2019) para ingreso la Universidad Tecnológica de Tulancingo, consiste en los siguientes programas educativos (100% de ellos a nivel Ingeniería o Licenciatura):

- Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicación
- Ingeniería en Desarrollo e Innovación Empresarial
- Ingeniería en Energías Renovables
- Ingeniería en Mecatrónica
- Ingeniería en Nanotecnología
- Ingeniería Industrial
- Licenciatura en Contaduría
- Licenciatura en Criminalística
- Licenciatura en Enfermería
- Licenciatura en Terapia Física
- Licenciatura en Salud Reproductiva y Partería
- Licenciatura en Diseño Digital y Producción Audiovisual

Sigue siendo más atractivo al alumnado obtener el título de Ingeniería o Licenciatura; se ha logrado una mayor unanimidad en el mensaje que la UTEC envió desde durante las campañas de difusión desde 2016 con una considerable mejora en la línea de diseño institucional que fue seguida buscando la innovación y basándose cada vez más en el uso de los medios de comunicación digitales y las redes sociales en los procesos de comunicación y difusión.

El crecimiento de matrícula de la Universidad Tecnológica de Tulancingo debe venir acompañada de una participación activa por parte de todos los miembros de la comunidad universitaria: empleados, docentes, alumnos, áreas de servicio y administrativas.

Asimismo resulta necesaria una inversión económica suficiente para dar continuidad a las acciones y actividades de la campaña de promoción y la publicidad respectiva.

M

<p>Encabezado de Documentos Internos</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <p style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</p>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

JUSTIFICACIÓN

Es evidente que el mundo registra cambios fundamentales en todos los órdenes, que a la vez han tenido una incidencia en la educación superior y en el rol que dentro de ésta juegan las universidades, principalmente las de carácter público.

Las universidades están llamadas a desempeñar un papel fundamental en el proceso de desarrollo de México. En ellas se producen los principales insumos de la economía del Siglo XXI: conocimiento y recursos humanos altamente calificados.

Son grandes los desafíos que se tendrán que afrontar para ampliar la cobertura educativa de nivel superior, pues sólo pueden acceder a la universidad 1 de cada 4 jóvenes mexicanos que están en edad de hacerlo.

Es por ello, responsable de impulsar la comunicación externa a fin de promover los servicios y la oferta académica y cultural de la entidad, realizar una estrategia de crecimiento con calidad, prioritaria con la comunicación y proyección de las actividades que la Universidad realiza.

De tal manera que el programa aquí descrito integra todas las acciones necesarias para el logro del cumplimiento en todos los objetivos, metas y programas institucionales. De éste se derivan: la revisión, el análisis- evaluación y en su caso, modificación o nuevas propuestas para mejoramiento de la imagen institucional.

Este Programa forma parte del P-13-01 "Procedimiento de Captación de Alumnado", el cual establece el proceso anual para la campaña de captación de la Universidad Tecnológica de Tulancingo.

Este documento (de referencia), en años anteriores se tituló "Programa de Captación" y "Programa de Posicionamiento y Difusión Institucional", sin embargo, hoy se modifica su denominación a "Programa de Captación del Alumnado"

El programa busca contribuir desde su ámbito de competencia a cumplir la Misión Institucional: "Formar integralmente Universitarios de calidad mediante el aprendizaje basado en competencias profesionales, con capacidades, habilidades y valores que les permitan incorporarse en corto tiempo al sector productivo, incrementar su competitividad, e impulsar el desarrollo de su ámbito de competencia; e Impartir a los Participantes de Educación Continua cursos de calidad".

Y por tanto, se encuentra alineado a los objetivos del Sistema de Gestión de Calidad, que rige a nuestra Universidad, específicamente en su 1º. OPA Objetivo específico del Proceso Académico: "Asegurar el ingreso y permanencia del estudiantado" y el 5º. OPA "Asegurar y mejorar la satisfacción de todas las partes interesadas en los servicios." El SGC se encuentra regido por la norma ISO 9001:2015.

M

<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <p style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</p>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

OBJETIVO GENERAL

Proyectar a la institución y posicionar la oferta de servicios educativos que ofrece para inspirar a las nuevas generaciones, buscando siempre el fortalecimiento de los vínculos de la Universidad con otros niveles educativos.

Transmitir de manera clara y efectiva el proyecto de la institución, difundir sus logros, fortalezas y casos de éxito para nuestros públicos, reforzando aquellos atributos de la Universidad que nos diferencian y nos distinguen.

ESTRATEGIAS

1. Fortalecer la relación institucional con los diferentes Subsistemas de Educación Media Superior en el Estado.
2. Fortalecer la relación y la atención así como fomentar una comunicación efectiva con los directores de los planteles, los orientadores vocacionales y profesores de bachillerato.
3. Cubrir todo el ámbito de influencia de la Universidad mediante de las diversas acciones realizadas en materia de promoción.
4. Llevar una promoción de la oferta educativa más personalizada y tendiente a que el alumno considere al personal encargado de la promoción de la Utec como asesores que lo guíen en su toma de decisión para elegir profesión, hacerlo de manera atractiva y cordial.
5. Privilegiar la calidad académica en los servicios que la Universidad acerca a las instituciones de educación media superior.
6. Participar en eventos de las IEMS de corte socio-cultural, académico (científico, tecnológico), deportivo o de responsabilidad social.
7. Incluir a las instituciones de educación media superior en el quehacer institucional (servicios, eventos)
8. Cobijar las acciones del programa de captación y reforzarlas a través Plan de medios de comunicación institucional, mediante el área responsable: Comunicación Social.
9. Atención a los padres de familia de los aspirantes.
10. Diferenciar a la Universidad de otras instituciones de educación superior a través de la gama de servicios ofrecidos con el fin de lograr posicionamiento.

M

Encabezado de Documentos Internos.  ULANCINGO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO <small>Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</small>	A. Nombre del Documento: <h2 style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</h2>	
F-24-039/R1;300415	B. Código/Revisión;Fecha:	Pr-13-01/R0;2110817

LÍNEAS DE ACCIÓN

LÍNEAS DE ACCIÓN	ESTRATEGIAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Generar reuniones de articulación con los diferentes Direcciones de los subsistemas de Educación Superior y/o Firma de Convenios.										
Conocimiento y actualización constante de un directorio de Instituciones de Nivel Medio Superior (IEMS) del área de influencia, y clasificarlo por prioridad.										
Cumplimiento de compromisos antes las instituciones dando siempre muestra de responsabilidad, de actitud de servicio y profesionalismo.										
Exposición frente a grupo de la oferta educativa en los planteles de las instituciones de nivel medio superior (IEMS)										
Participación en Ferias profesiográficas y jornadas vocacionales, científicas o de prevención y salud; organizadas por los propios bachilleratos o alguna otra entidad o institución.										
Atención a módulo de difusión en las jornadas vocacionales y culturales y otros eventos de la Utec destinados a la promoción directa con el público.										
Atención a alumnos de bachillerato visitantes a las instalaciones de la Universidad (conferencias, visitas guiadas, prácticas en laboratorios o centros de desarrollo, actividades culturales, de difusión de la ciencia o deportivas)										
Con el apoyo del área de Comunicación social, contar en lo relativo a: impresos, folletos y trípticos y carteles para llegar al alumnado a partir de su distribución en las IEMS con una imagen atractiva basada en una línea de diseño e imagen institucional bien definida.										
Distribuir y difundir las convocatorias de admisión (fechas de exámenes) en las IEMS en cada uno de los planteles y en los espacios públicos de mayor afluencia, en las Presidencias Municipales y comunidades, así como de eventos institucionales en los que los alumnos de IEMS pueden tener participación.										
Propiciar la interacción entre el Área Académica de la Universidad y el alumnado de nivel medio superior mediante la exposición de temas específicos que despierten el interés en las carreras que oferta la institución mediante Conferencias temáticas o talleres para los alumnos de bachillerato, realizadas en las la Utec, o en sus instalaciones, previo programa acordado con los directivos.										
Presentación de Proyectos y Prototipos diseñados por alumnos de las diferentes carreras dirigidos a estudiantes de las diferentes IEMS dentro de la universidad y en eventos públicos.										



<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <h2 style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</h2>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

<p>Participación en la Semana Nacional de Ciencia y Tecnología, donde se integran la Dirección de Extensión, los profesores del área académica de todos los programas educativos y los alumnos.</p>										
<p>Demostración física y teórica durante las visitas guiadas de los equipos que se utilizan dentro de los centros de desarrollo, para denotar interés de los alumnos de las IEMS de las carreras que se ofertan.</p>										
<p>Propiciar la relación con estudiantes de cuatrimestres que aún no están próximos a egresar, para ir marcando el posicionamiento de la Universidad. Incluso realizar algunas acciones enfocadas a ir generando un impacto en la educación básica.</p>										
<p>Atender la promoción desde los padres de familia de los alumnos de bachillerato mediante una participación con pláticas breves dirigidas a ellos en los espacios que los planteles nos brindan, así como en las fechas en que los jóvenes presentan sus exámenes de admisión.</p>										
<p>Involucrar la figura de los jóvenes para influir en su círculo social para difundir todo lo que se realiza dentro y fuera de la universidad, como eventos deportivos, culturales y académicos.</p>										
<p>Entrega de becas de excelencia académica a estudiantes con mejores promedios de cada bachillerato, durante las ceremonias de graduación.</p>										
<p>Entrega de becas deportivas a estudiantes con rendimiento y habilidades destacadas en los bachilleratos</p>										
<p>Entrega de promocionales o souvenir universitarios -obsequios para directores, profesores y alumnos-. Esto incluye la entrega de calendarios a inicios del año.</p>										
<p>Realización de eventos y/o concursos académicos, artísticos; así como deportivos (torneos) dirigidos específicamente a las IEMS</p>										

M

<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <p style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</p>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

Tendencias en el crecimiento institucional

Las tendencias del mercado actual: Del grupo de edad de entre 16 y 18 años, sólo 58% de los jóvenes recibe educación media superior; de ellos, sólo 60% logra concluir sus estudios. Las principales razones para abandonar los estudios son problemas sociales, económicos y altas tasas de reprobación; sin embargo, la deserción también se debe a falta de orientación y motivación para continuar y terminar este nivel educativo.

(Número de jóvenes de bachillerato próximos a egresar de Instituciones de Educación Media Superior en el estado de Hidalgo es de 103 mil 052 alumnos)¹ de cada 100 alumnos que egresan del nivel medio superior, 68 se matriculan en la educación superior universitaria y tecnológica que es ofrecida por 38 instituciones.

Aproximadamente sólo el 44% de los alumnos de nuevo ingreso que la Universidad recibe provienen de la región Tulancingo; la tendencia durante los últimos años ha sido a captar a los alumnos de muy diverso número de instituciones y regiones.

Desde 2009 se ha ido captado cada vez mayor número de alumnos lo que se refleja en el Crecimiento de la Institución y que implica que la Dirección de Extensión Universitaria mediante el Programa de Captación Anual ha cumplido su meta.



*Matrícula Total 2012-2016

Encabezado de Documentos Internos:  UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal	A. Nombre del Documento: Programa de Captación del Alumnado	
F-24-039/R1;300415	B. Código/Revisión;Fecha:	Pr-13-01/R0;2110817

Análisis de metas del crecimiento institucional

Datos de campaña 2013-2014:*	
2013	Sep-dic Inscritos nuevo ingreso: 564 Matrícula total: 1024
2014	ene-abr Inscritos nuevo ingreso: 60 Matrícula total: 1217
Datos de campaña 2014-2015:*	
2014	sep-dic Inscritos nuevo ingreso: 657 Matrícula total: 1493
2015	ene-abr Inscritos nuevo ingreso: 230 Matrícula total: 1710
Datos de campaña 2015-2016:*	
2015	sep-dic Inscritos nuevo ingreso: 700 Matrícula total: 1969
2016	Ene-abr Inscritos nuevo ingreso: 0 Matrícula total: 1696
Datos de campaña 2016-2017:*	
2016	sep-dic Inscritos nuevo ingreso: 727 Matrícula total: 2153
2017	Ene-abr Inscritos nuevo ingreso: 0 Matrícula total:
Datos de campaña 2017-2018:*	
2018	sep-dic Inscritos nuevo ingreso: 1100 Matrícula total: 3004

M

Encabezado de Documentos Internos.  <small>Organización Descentralizada de la Administración Pública Estatal</small>	A. Nombre del Documento: <h2 style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</h2>	
F-24-039/R1;300415	B. Código/Revisión;Fecha:	Pr-13-01/R0;2110817

Metas de actividades campaña 2018-2019

- 90. Visitas a las instituciones de educación media superior.
- 30. Visitas guiadas de las instituciones de educación media superior a la Universidad.
- 15. Participación en ferias profesiográficas.
- 3. sesiones informativas y de atención a padres de familia en exámenes de admisión.
- 70. Enfoque de mejores promedios: entrega de becas a la excelencia al nuevo ingreso
- 30. Enfoque de mejores promedios: entrega de becas deportivas al nuevo ingreso
- 50. visitas personalizadas a directores de bachilleratos para generar agenda y establecer acuerdos (invitaciones a eventos).
- 30. Impartición de talleres temáticos, conferencias o realización de prácticas

RECURSOS NECESARIOS

De acuerdo al Programa Operativo Anual presentado institucionalmente.

ACCIONES CALENDARIZADAS

ACCIONES	FECHAS	IMPACTO ESPERADO
Visitas promocionales a los planteles de las IEMS	Septiembre 2018 - Agosto 2019	Cobertura garantizada con el público meta para dar a conocer la oferta educativa y ventajas y fortalezas de la UTEC.
Visitas guiadas de los bachilleratos a la UTEC	Enero-abril 2019	El público objetivo conocerá de forma presencial y experiencial a la UTEC, podrá así conocer la calidad de la infraestructura con que cuenta.
Talleres y/o charlas de posicionamiento con las IEMS (orientación vocacional)	Enero, febrero y mayo 2018	Plática Orientación vocacional



<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <h2 style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</h2>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

<p>Concurso para bachilleratos "Olimpiada de Ciencias Básicas"</p>	<p>junio 2019</p>	<p>UTec en las que la invitación se hará extensiva a la participación del alumnado de los bachilleratos, reforzando tener la experiencia de estar cerca de la UTEC y fomentando entre las instituciones la competencia sana.</p>
<p>Carrera atlética</p>	<p>Septiembre 2019</p>	
<p>Torneo Interbachilleratos de voleibol de sala</p>	<p>Junio 2019</p>	
<p>Torneo de Basquetbol para Bachilleratos "Futuros Halcones"</p>	<p>Abril 2019</p>	
<p>Copa UTEC-Halcones para Bachilleratos (futbol) dirigido a IEMS</p>	<p>Mayo 2019</p>	
<p>Certamen de folklor interbachilleratos</p>	<p>Junio 2019</p>	
<p>Activaciones físicas a las IEMS</p>	<p>2018-2019</p>	
<p>Programa de la SNCyT</p>	<p>Octubre y noviembre 2019</p>	<p>Conferencias, Prácticas, Talleres, Exhibición de prototipos, muestra de experimentos, etc. tanto en el interior de los planteles como en la propia UTEC.</p>
<p>Pláticas de padres de familia de los alumnos de IEMS</p>	<p>Mayo y agosto 2019</p>	<p>Convencer al padre de familia de la opción que estamos ofertando mostrando claramente los beneficios y ventajas, recordando que se trata de un tomador de decisión.</p>
<p>Plan de relaciones públicas con las IEMS</p>	<p>Todo el año</p>	<p>Estrechamiento de los lazos entre las IEMS y la UTEC a partir de acciones tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Entrega de calendarios *Actualización permanente de directorios *Agendar personalmente y en conjunto con los directivos de las IEMS el plan semestral de difusión *Apoyo al bachillerato en sus necesidades y requerimientos *Seguimiento personalizado a cada uno de sus mejores promedios *Presencia en sus ceremonias de graduación y entrega de becas de excelencia *Contacto con padres de familia *Contar con un medio de comunicación al interior de las IEMS. * Asistencia a sus eventos especiales

M

<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <p style="text-align: center;">Programa de Captación del Alumnado</p>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

		<p>*Desayuno con directores-orientadores</p> <p>*Capacitación a profesores (Dirección de Vinculación)</p> <p>*Firma de convenios (Dirección de Vinculación)</p> <p>*Becas a mejores promedios</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

MEJORES PRÁCTICAS:

- Realización de campaña adelantada con grupos de todos los semestres.
- Ligar cada evento con la campaña de captación.
- Cobijar el seguimiento a alumnos prospectos mediante el Plan de Medios de Comunicación.
- Uso de redes sociales
- Enfocarse a una atención más personalizada, menos masiva, después del primer contacto con el alumno prospecto.
- Hacer llegar el Programa Viernes en la Ciencia a las IEMS (con la Academia Mexicana de Ciencias).
- Hacer llegar el Programa de exposiciones y actividades con el "Seminario de Cultura Mexicana" a las IEMS.

M

<p>Encabezado de Documentos Internos.</p>  <p>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TULANCINGO Organismo Descentralizado de la Administración Pública Estatal</p>	<p>A. Nombre del Documento:</p> <p>Programa de Captación del Alumnado</p>	
<p>F-24-039/R1;300415</p>	<p>B. Código/Revisión;Fecha:</p>	<p>Pr-13-01/R0;2110817</p>

FECHAS EXÁMENES DE ADMISIÓN 2019

Existe actualmente el Plan institucional de cambiar las formas de realización del Proceso de Admisión, comenzando con el cambio de que el examen que se aplicará ya no será con CENEVAL, se generará un instrumento interno, con apoyo y colaboración por parte de las IEMS. Además que se pretende que la aplicación de este examen de admisión pueda ser de manera electrónica.

INICIO DE CURSOS: Septiembre de 2019

www.utectulancingo.edu.mx

PROGRAMA DE CAPTACIÓN DEL ALUMNADO

(4) ELABORÓ:



M.A. ORIS ESTELA VARGAS GARCÍA
DIRECTORA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

(5) APROBÓ:



DR. JULIO MÁRQUEZ RODRÍGUEZ
RECTOR