



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Av. Teherán Edif. Servicios Centrales, Piso 3, Ofic. Rectorado. Urb. Montalbán ,Zona Postal 1020,
RIF: J-00012255-5 NIT: 0219804806

Decreto Rectoral para la Organización y Gestión de los Procesos de Comunicación, Mercadeo y Promoción Institucional de la Universidad Católica Andrés Bello

N°

2.46

El Rector de la Universidad Católica Andrés Bello, en uso de las atribuciones que le confiere el ordinal 3° del artículo 25 y el artículo 26 del Estatuto Orgánico de la Universidad, dicta el siguiente

DECRETO RECTORAL PARA LA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN, MERCADEO Y PROMOCIÓN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

1°.- Los procesos de comunicación, mercadeo y promoción de la Universidad Católica Andrés Bello incluyen el diseño de las estrategias y la ejecución de las actividades por medio de las cuales su misión, valores y logros llegan al conocimiento de la sociedad venezolana y la comunidad universitaria, buscando promover niveles óptimos de reconocimiento, valoración y apoyo a sus servicios y productos.

Dichos procesos se fundamentarán en el Plan Estratégico de la Universidad y en los principios que la informan como institución universitaria privada confiada a la Compañía de Jesús.

2°.- Los órganos e instancias que produzcan decisiones o información que interese a la comunidad universitaria o a la sociedad venezolana tendrán la responsabilidad de comunicar dicha información de manera oportuna y coordinada con las autoridades universitarias, para lo cual contarán con el apoyo técnico-profesional de la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

3°.- Los Directores de Escuelas, Áreas de Estudios de Postgrado, Centros, Institutos y demás unidades que ofrezcan servicios y productos, tendrán la responsabilidad de su mercadeo y promoción de manera planificada y coordinada con sus respectivos Decanatos, la Dirección General de los Estudios de Postgrado y demás autoridades de adscripción, para lo cual contarán con el apoyo técnico-profesional de la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

4°.- Se crea la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción de la Universidad Católica Andrés Bello, adscrita al Rectorado y a cargo de un Director General, quien durará cuatro años en el ejercicio de sus funciones.

5°.- La Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción estará integrada por la Dirección de Información y Prensa, la Dirección de Medios Digitales, la Dirección de Mercadeo Institucional y la Dirección de Promoción. Sus funciones y programas de trabajo serán determinados por el Director General, oído el parecer del Comité Técnico Asesor de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

6°.- La Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción tendrá las siguientes funciones:

- a) Elaborar y presentar para la aprobación del Rector las estrategias de comunicación, mercadeo y promoción, producto del trabajo coordinado y planificado con los diversos actores involucrados, de acuerdo con lo dispuesto en los ordinales 2° y 3° del presente Decreto.
- b) Coordinar con las autoridades de los otros campus e instituciones asociadas a la Universidad sus respectivos programas y proyectos de comunicación, mercadeo y promoción.
- c) Diseñar y desarrollar mecanismos eficaces para mantener informada a la comunidad universitaria sobre la normativa universitaria, decisiones relevantes, eventos y actividades de interés general.
- d) En coordinación con la Secretaría General de la Universidad, velar por el más conveniente conocimiento y aplicación de la Identidad Gráfica Corporativa de la universidad, tanto en la variedad de medios de información y divulgación como en sus campus e instituciones asociadas.



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Av. Teherán Edif. Servicios Centrales, Piso 3, Ofic. Rectorado. Urb. Montalbán ,Zona Postal 1020,
RIF: J-00012255-5 NIT: 0219804806

Decreto Rectoral para la Organización y Gestión de los Procesos de Comunicación, Mercadeo y Promoción Institucional de la Universidad Católica Andrés Bello

N°

2.46

- e) Identificar y fomentar alianzas y acuerdos en el área de la comunicación, mercadeo y promoción, para el desarrollo de los proyectos de la Universidad.
- f) Coordinar con otras instancias de la Universidad el desarrollo de propuestas de investigación sobre aspectos de interés para la comunicación, mercadeo y promoción.
- g) Elaborar el presupuesto general y el de sus direcciones adscritas, y someterlo a la aprobación de las autoridades competentes.
- h) Aprobar la ejecución de gastos de sus direcciones adscritas.
- i) Rendir cuenta trimestralmente de la ejecución programática y presupuestaria al Rector.
- j) Evaluar trimestralmente el desempeño y consecución de objetivos por parte de sus direcciones adscritas.
- k) Cualesquiera otras funciones asignadas por el Rector.

7°.- Se crea un Comité Técnico Asesor de Comunicación, Mercadeo y Promoción, que servirá de órgano consultivo a la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

El Comité estará integrado por el Director General de Comunicación, Mercadeo y Promoción, quien lo presidirá y convocará al menos trimestralmente, los Directores de cada una de sus direcciones adscritas, un representante por cada Facultad, designado por el Consejo de Facultad respectivo, un representante de los Estudios de Postgrado designado por el Consejo General de los Estudios de Postgrado; y tres miembros designados por el Rector. Los miembros designados por los Consejos y el Rector durarán dos años en el ejercicio de sus funciones.

8°.- Se derogan todas las resoluciones anteriormente dictadas en otros decretos rectorales que contradigan las establecidas en el presente decreto.

Dado, firmado y sellado en la sede del Rectorado en Caracas, a los veintiocho días del mes de julio del año dos mil once.

Francisco J. Virtuoso, s.j.
Rector