



CONSEJO UNIVERSITARIO

REGLAMENTO DEL CONSEJO INSTITUCIONAL DE MERCADEO ¹

ARTÍCULO 1: Del objeto.

El presente reglamento tiene por objeto regular el funcionamiento del Consejo Institucional de Mercadeo, creado mediante acuerdo adoptado por el Consejo Universitario en la sesión 1686-2004, art. IV, inciso 8), celebrada el 29 de enero del 2004 y aprobado en firme en la sesión 1689-2004, identificado en lo sucesivo como el CIM.

ARTÍCULO 2: Sobre su naturaleza jurídica.

Le corresponde al CIM definir los aspectos estratégicos del mercadeo institucional en correspondencia con los lineamientos de política institucional, la misión-visión y los factores claves de éxito institucionales y el plan de desarrollo institucional.

Forma parte de la organización funcional de la actividad de mercadeo, divulgación y comunicación de la UNED.

¹ Aprobado por el Consejo Universitario en sesión No. 2082, Art. V, inciso 5) de 25 de febrero del 2011. Aprobado en firme en sesión 2083, del 3 de marzo del 2011.

ARTÍCULO 3: De la integración. ²

El Consejo Institucional de Mercadeo está integrado por:

- a) El jefe de la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación, quien lo presidirá.
- b) El director de la Editorial.
- c) El director de Producción de Materiales Didácticos.
- d) El jefe de la Oficina de Distribución y Ventas.
- e) El encargado del Programa de Divulgación e Información Académica de la Dirección de Asuntos Estudiantiles.
- f) Un representante estudiantil designado por la Junta Directiva de la Federación de Estudiantes.
- g) El director de Centros Universitarios.
- h) El director de Extensión Universitaria.

ARTICULO 4: De los invitados a las sesiones.

El CIM podrá invitar de manera permanente u ocasional a los funcionarios de la UNED que estime necesario para el mejor cumplimiento de sus funciones.

ARTÍCULO 5: De las funciones y atribuciones. Son funciones y atribuciones del CIM:

- a) Aprobar cada tres años el Plan Institucional de Mercadeo, Divulgación, y Comunicación a propuesta de la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación (OI-MERCOM).
- b) Aprobar el Plan Anual de Mercadeo, Divulgación y Comunicación con sujeción al Plan Institucional a que hace regencia el inciso anterior, a propuesta de la Unidad Técnica de Apoyo.
- c) Proponer a la Rectoría las metas estratégicas anuales de mercadeo, divulgación, y comunicación, para que se incorporen en el plan presupuesto de cada año.
- d) Evaluar el cumplimiento anual de los objetivos y metas de los proyectos y actividades aprobados.
- e) Recomendar al Consejo de Rectoría la apertura y cierre de librerías y puestos de venta, previo estudio técnico y de viabilidad.
- f) Recomendar al Consejo de Rectoría proyectos de mercadeo referentes a la producción editorial, audiovisual y multimedial.
- g) Proponer al CONRE proyectos de mercadeo, divulgación y comunicación de la oferta académica de la UNED y, en general, de cualquier otra actividad del quehacer académico institucional.

² Modificado por el Consejo Universitario en sesión 2682, Art. II, inciso 2-b) de 16 de agosto del 2018.

ARTICULO 6: De la presidencia del Consejo.

Son funciones y atribuciones del presidente del CIM:

- a) Presidir con todas las facultades necesarias las reuniones del Consejo
- b) Dictar directrices e impartir las instrucciones que estime necesarias para el mejor desempeño del CIM.
- c) Convocar a sesiones ordinarias y extraordinarias del Consejo
- d) Informar al Consejo sobre las acciones llevadas a cabo en el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas en los procesos de mercadeo, divulgación y comunicación
- e) Someter a la aprobación del Consejo la minuta de cada sesión.
- f) Velar por el cumplimiento de lo dispuesto en el presente Reglamento
- g) Velar porque la Unidad Técnica de Apoyo brinde los servicios de asesoría y apoyo necesarios para el cumplimiento de las funciones del CIM.
- h) Someter al CIM las propuestas necesarias para que se lleven a cabo las estrategias de mercadeo, divulgación y comunicación definidas en el plan anual.

ARTICULO 7: De la Unidad Técnica de Apoyo.

El CIM contará con el apoyo técnico y con el asesoramiento permanente de una Unidad Técnica de Apoyo, que será un órgano de la Oficina Institucional de Mercadeo y Comunicación.

Dicha Unidad estará a cargo de un mercadólogo y contará con el apoyo secretarial respectivo.

ARTÍCULO 8: De las funciones y atribuciones.

Son funciones y atribuciones de la Unidad Técnica de Apoyo:

- a) Fungir como Secretaría Técnica y administrativa de la CIM. Para tales efectos le corresponde levantar las minutas de cada sesión.
- b) Brindar el asesoramiento que se le requiera y llevar a cabo los estudios que le solicite el CIM
- c) Elaborar los documentos y propuestas que le solicite el CIM
- d) Elaborar el Plan Anual de Mercadeo, Divulgación y Comunicación con sujeción al Plan Institucional y que debe ser aprobado por el CIM
- e) Brindar el apoyo secretarial y administrativo que le requiera el CIM
- f) Asistir, el responsable de la Unidad, con derecho a voz, a las sesiones del CIM
- g) Cualquier otra que le asigne el CIM relacionada con su competencia.

ARTÍCULO 9: De la convocatoria a sesiones.

El Consejo Institucional de Mercadeo sesionará en forma ordinaria una vez al mes o en forma extraordinaria, cuando sea convocada por su Presidente con al menos tres días hábiles de anticipación a la reunión, debiéndose remitir la agenda correspondiente.

ARTÍCULO 10: Del quórum.

El CIM sesionará válidamente con la presencia de al menos la mitad más uno de sus miembros.

ARTICULO 11: De la adopción de los acuerdos.

Los acuerdos serán aprobados por el voto afirmativo de la mayoría simple de los presentes.

ARTICULO 12: Del contenido de la minuta.

La minuta de cada sesión del Consejo deberá contener:

- a) Fecha y hora en que se inicia y finaliza la sesión.
- b) Indicación de los miembros presentes
- c) Aprobación de la minuta anterior.
- d) Acuerdos adoptados con su respectiva votación.
- e) Firma del Presidente, el Secretario y de los miembros del CIM que hubiesen hecho constar su voto disidente.

ARTICULO 13: Del orden del día.

Las sesiones se celebrarán conforme al orden del día establecido por el Presidente del Consejo. No obstante, podrá modificarse o alterarse el orden del día, luego de conocido por los miembros del Consejo, mediante acuerdo tomado, salvo el caso de las sesiones extraordinarias que deberán votar a favor todos los miembros presentes.

ARTICULO 14: De las ausencias del Presidente.

En las ausencias ocasionales del Presidente, presidirá las sesiones el miembro de mayor edad

ARTICULO 15: Disposiciones finales.

Derógase toda norma que se oponga a éste reglamento o le contraríe en sus términos.