

Res. No. 27/2020

## DEL CONSEJO SUPERIOR UNIVERSITARIO

- Que las universidades modernas tienen que crear y difundir una imagen atractiva, a través de acciones que mejoren la calidad de las funciones universitarias básicas y el bienestar de estudiantes, profesores y funcionarios universitarios.
- Que, desde su fundación, la UCE ha implementado una política de acceso al conocimiento y a estudios universitarios a estudiantes meritorios, mediante su programa de becas, créditos y facilidades de pagos, así como el desarrollo del talento de sus estudiantes mediante actividades vinculadas con el deporte, la cultura y las artes.
- Que la institución mantiene programas dirigidos a sus empleados y profesores, incluyendo sus hijos, orientados al desarrollo de estudios de grado y posgrado libre de costo, actividades que se convierten en un fuerte estímulo para mejorar el nivel y calidad de habilidades en sus áreas de competencia profesional.
- Que la UCE considera que no basta tan solo con hacer publicidad y difundir estos logros, sino que es de importancia estratégica la definición de una clara y creíble imagen institucional ante los actores que convergen en su seno y la sociedad dominicana.
- Que la Imagen es un activo intangible que identifica a la Universidad, que tiene por objetivo mantener una cultura e identidad institucionales fuertes, que contribuyan con el logro de sus funciones de docencia, investigación y vinculación con la sociedad.
- Que es facultad de este Consejo Superior Universitario conocer y aprobar propuestas de políticas y normas orientadas a la mejora de las funciones de la Universidad.

**VISTOS:** a) La Ley 139-01 que orienta y regula a las instituciones de educación superior,  
b) El Reglamento de las Instituciones de Educación Superior del MESCyT, y  
c) El Reglamento Académico de la UCE.

**ANALIZADAS:** Las siguientes propuestas de Políticas institucionales:

- a) de Bienestar a Empleados y Profesores,
- b) de Bienestar Estudiantil, y
- c) de Imagen Institucional, elaboradas por un equipo técnico designado para esos fines.

**ACEPTADAS:** Las opiniones y recomendaciones de los miembros del Honorable Consejo Académico relativas a la creación de las Políticas Institucionales.

En virtud de las atribuciones que otorgan a este Consejo Superior Universitario los Estatutos de la UCE.

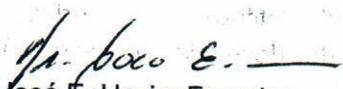
-sigue al dorso-

## RESUELVE

1. Aprobar, como al efecto aprueba, las siguientes políticas institucionales, cuyos contenidos se adjuntan a la presente Resolución:
  - Políticas de Bienestar Institucional (Empleados y Profesores),
  - Políticas de Bienestar Estudiantil, y
  - Políticas de Imagen Institucional.
2. Ordenar, como al efecto ordena, a los directores académicos y administrativos socializar entre sus colaboradores internos y externos, a través de los medios digitales institucionales, las Políticas aprobadas por esta Resolución.

**Infórmese a la comunidad UCEANA.**

Dada en San Pedro de Macorís, República Dominicana, a los diecisiete (17) días del mes de octubre del 2020.

  
Dr. José E. Hazim Frappier  
Presidente del Consejo Superior  
Universitario

  
Lic. Vilma Kamel Hazim Torres  
Secretaria del Consejo Superior  
Universitario.

JEHF/VKHT  
ibm



## **Políticas de Imagen Institucional**

San Pedro de Macorís, Rep. Dominicana  
2020

## INDICE

1. Presentación (Portada).....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2. Antecedentes.....	3
3. Propósito(s).....	3
4. Alcance.....	4
5. Documentos de referencia.....	4
6. Grupos de interés.....	4
7. Principios (Políticas) .....	4
8. Objetivos.....	5
9. Frecuencia de revisión, modificación y aprobación.....	5
10. Anexos.....	5

## 1. Antecedentes

La UCE fue fundada por el Dr. José Hazim Azar, abogado de profesión, el 15 de octubre de 1970 teniendo como lema: "Sacrificio, Estudio y Responsabilidad". El objetivo ha sido, desde entonces, ofrecer mayores oportunidades de acceso a la educación superior y técnica, a la juventud de escasos recursos del país. Hasta la fecha, la UCE ha graduado profesionales nacionales y extranjeros en numerosas carreras, encontrándose la mayoría de ellos en el ejercicio profesional, mientras otros realizan estudios especializados en las ramas de su preferencia.

Hoy en día la UCE continúa su trayecto de excelencia y calidad internacional bajo la dirección de la rectoría del Dr. José Alt. Hazim Torres.

## VISIÓN

Ser un referente de importancia regional, nacional e internacional en educación superior, mediante el mejoramiento continuo de la docencia y de la investigación, con recursos educativos actualizados y prácticas pedagógicas modernas, que fomenten en sus estudiantes autonomía e independencia en los aprendizajes a través de procesos académicos y de gestión creativos e innovadores.

## MISIÓN

Dirigir todos sus recursos humanos, materiales y tecnológicos hacia una oferta académica de calidad y pertinencia en los niveles de grado, posgrado y técnico superior para lograr egresados competentes, cuyos ejercicios profesionales estén inspirados en principios éticos y morales, con orientación hacia una cultura de investigación y difusión de conocimiento útil a la sociedad, capaces de contribuir al desarrollo social, productivo, científico, tecnológico y a la sostenibilidad ambiental.

## 2. Propósito(s)

La Imagen Institucional, es un elemento protagónico para el desarrollo objetivo de las organizaciones; ésta es un reflejo de la identidad y su filosofía organizacional a lo interno y externo, haciendo referencia a la comunidad en general. Partiendo de ello, esta política está orientada a establecer un marco de referencia para todos los miembros de la comunidad UCEANA y apliquen de óptimamente las prácticas de imagen institucional.

Se destaca que se considera como imagen institucional el conjunto de creencias y percepciones que tienen los públicos de una organización, abarcando aspectos como la marca, los productos, servicios y responsabilidad social.

- 3.1 Trazar las pautas y normativas generales de la imagen institucional de la UCE.
- 3.2 Asegurar que las acciones que se llevan a cabo con relación a la imagen a nivel gráfico y moral estén alineadas con la misión, visión y valores de la institución.
- 3.3 Garantizar que todas las partes, académicas y administrativas, dispongan de información clara sobre su responsabilidad para el mantenimiento de las buenas prácticas de Imagen Institucional, en situaciones cotidianas e incidentales.

### 3. Alcance

Las políticas de imagen institucional describen las normas y principios generales de difusión de todas las actividades de la universidad frente a públicos internos y externos. Acoge aspectos de comunicación, relaciones públicas, actividades y protocolos.

Las políticas buscan comprometer a todos los miembros de la comunidad a asumir la responsabilidad de ejecutar todos los principios que se desprendan de esta normativa.

Las políticas de imagen institucional son responsabilidad de la Vicerrectoría de Comunicación y Servicios. Sin embargo, la correcta ejecución y consolidación de esta atañen a todas las vicerrectorías y departamentos de la UCE.

### 4. Documentos de referencia

- Propuesta de Manual de Marca para la Universidad Central del Este. Diciembre, 2011
- Manual de Identidad Visual de la Universidad Central del Este. Agosto, 2012
- Manual de Actividades y Protocolo de la Universidad Central del Este. Agosto, 2012
- Plan de Imagen Cultural y Organizacional de la Universidad Central del Este. Octubre, 2012

### 5. Grupos de interés

- Vicerrectorías
- Direcciones académicas y administrativas
- Docentes
- Estudiantes
- Comunidad en general

### 6. Principios (Políticas)

La UCE promueve una imagen institucional basada en la filosofía institucional, así como en sus estrategias y lineamientos de marca corporativa.

1. La Vicerrectoría de Comunicación y Servicios, representada por la Coordinación de Comunicaciones y Medios del Departamento de Mercadeo, es la vía autorizada para la creación de logos, afiches, volantes, certificados y/o plantillas para uso general, el diseño gráfico base (plantillas) y la divulgación en Redes Sociales de material informativo oficial de la UCE.
2. La Vicerrectoría de Comunicación y Servicios, representada por la Coordinación de Comunicaciones y Medios del Departamento de Mercadeo, tiene la responsabilidad de crear y difundir correctamente los manuales de uso de marca e imagen corporativa de la universidad, así como la facultad de supervisar el uso en todas las áreas institucionales.
3. Todos los medios informativos digitales creados a nivel interno de la universidad deben estar aprobados por la Vicerrectoría de Comunicación y Servicios, mediante una comunicación oportuna.

4. La difusión previa de los eventos institucionales es responsabilidad de la Vicerrectoría de Comunicación y Servicios, representada por la Coordinación de Comunicaciones y Medios del Departamento de Mercadeo, así como la publicación post evento en redes sociales; mientras que la cobertura (fotografías y videos) es menester de la Dirección de Relaciones Públicas, quién a su vez se encarga de difundir a nivel externo.
5. El uso de medios digitales masivos internos (correos electrónicos masivos) son responsabilidad de la Vicerrectoría de Comunicación y Servicios, representada por la Coordinación de Comunicaciones y Medios del Departamento de Mercadeo, quien determinará la frecuencia y horarios de utilización a consideración y/o necesidad.
6. Todos los Departamentos Académicos y Administrativos tienen la facultad de crear contenido para fines de publicación, con la supervisión y aprobación de la Vicerrectoría de Comunicación y Servicios, representada por la Coordinación de Comunicaciones y Medios del Departamento de Mercadeo.

## **7. Objetivos**

### **8.1 Objetivo general**

Promover una imagen institucional alineada con los valores, misión y visión de la institución, de la mano con las buenas prácticas de diseño de marca, comunicación interna y externa.

### **8.2 Objetivos específicos**

**8.2.1** Favorecer la comunicación oportuna que procura vincular a la universidad con su entorno. Comprendiendo temas científicos, tecnológicos y sociales, divulgando información de interés a través de los medios oficiales de la UCE.

**8.2.2** Priorizar la divulgación de acontecimientos académicos, desde la concepción del diseño gráfico, hasta las acciones de relaciones públicas.

## **8. Frecuencia de revisión, modificación y aprobación**

Las disposiciones agregadas a esta política por la Vicerrectoría de Comunicación y Servicios deberán ser aprobadas por el Consejo Superior Universitario, mientras que su revisión y modificación descansa en Departamento de Aseguramiento de la Calidad, de la mano con la vicerrectoría creadora.

## **9. Anexos**