

IQUIQUE, 05 de junio del 2014.-

**DECRETO EXENTO N° 0977.-**

Con esta fecha, el Rector de la Universidad Arturo Prat, ha expedido el siguiente Decreto:

**VISTOS Y CONSIDERANDO:**

a.- Lo dispuesto en la Ley N° 18.368, del 30 de noviembre de 1984 y el D.F.L. N° 1 de 1980, el Decreto N° 470 del 27.12.2011, todos del Ministerio de Educación Pública; el Decreto N° 57 del 05.03.2012.-

b.- El Decreto Exento N° 0136 de fecha 24.01.2013, que aprobó el Reglamento y Política Institucional de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales.

c.- El Memorando N° 182 de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales de fecha 02.06.2014, que solicita la emisión del presente instrumento:

**DECRETO:**

1.- Modifícase el Reglamento de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales y su Anexo I, aprobados mediante Decreto Exento N° 0136 de 24 de enero de 2013, los cuales se reemplazan por los siguientes nuevos Título I, Artículos 2, 3, 4, 6 y 7, Título II, Artículo 9, letra i) y Título III y Anexo 1.-

**Título I**

**Artículo 2:** La Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales, en adelante la Dirección, es la unidad administrativa dependiente del Rector, cuya función es formular y proponer programas y proyectos estratégicos de extensión y de vinculación que amplíen y diversifiquen la presencia activa de la Universidad en las regiones en la cuales se emplaza.

**Artículo 3:** Las funciones de apoyo de la Dirección son: a) Coordinación de Extensión; b) Coordinación de Vinculación; c) Las Relaciones Internacionales; d) La Difusión y Comunicación; y, e) Marketing.

**Artículo 4:** Para los efectos de este Reglamento las funciones señaladas en el artículo precedente corresponden a:

- a) Coordinación de Extensión: Promueve y ejecuta actividades que permitan la creación de vínculos con el medio y la sociedad, que posibiliten la transferencia de conocimiento, la interacción y su desarrollo.
- b) Coordinación de Vinculación: Asegura y supervisa con la Dirección que la Sede, Centros Docentes y de Vinculación, y Facultades cuenten con un responsable de generar y coordinar las actividades de vinculación con la Dirección.
- c) Relaciones Internacionales: Promueve la internacionalización de la Universidad, buscando insertarla en el proceso de globalización, coordinando y promoviendo entre estudiantes y docentes los diversos programas o convenios internacionales existentes con las unidades, facultades, centros e institutos.
- d) Difusión y Comunicación: Pretende informar a la comunidad universitaria y a la sociedad, las actividades del quehacer universitario de acuerdo a la línea editorial establecida.
- e) Marketing: Busca que la Universidad desarrolle un trabajo que responda a las necesidades de la sociedad, fomentando el desarrollo ciudadano y de servicio a la comunidad.

**Artículo 6:** Para el cumplimiento de las funciones de la Dirección, ésta contará con apoyo directo de las funciones de Difusión y Comunicación, y Marketing.

**Artículo 7:** Los funcionarios que desempeñen o se les asignen funciones de vinculación, deberán ejecutar sus proyectos, programas o actividades en coordinación con la Dirección, y conforme a las Políticas Institucionales de Vinculación y Relaciones Institucionales Vigentes.

## Título II

Artículo 9:

i) Coordinar y potenciar el trabajo del equipo de la Dirección con otras unidades que vinculen de la Universidad.

### TITULO III DE LAS FUNCIONES DE APOYO Párrafo Primero De Difusión y Comunicaciones

**Artículo 9:** Elabora, asesora, revisa y/o aprueba los diseños y línea editorial que requiera la Universidad en el desarrollo de las actividades institucionales.

**Artículo 10:** Difusión y Comunicación estará bajo la responsabilidad de un Encargado de Comunicaciones que deberá ser un Profesional con título de periodista, o profesional afín, y estará compuesta por dos equipos y un programador: el Equipo de Periodistas y el Equipo de Diseño

**Artículo 11:** Las responsabilidades son las siguientes:

- a) Velar que la información presentada en forma impresa o digital, ya sea a través del sitio web, redes sociales institucionales, la radio, la televisión institucional u otros, sea coherente con la imagen institucional.
- b) Elaborar propuestas comunicacionales para material de publicidad impreso o digital para prensa, radio, televisión e internet.
- c) Realizar cobertura mediática de las actividades que la Universidad desarrolla.
- d) Asesoría y revisión de propuestas comunicacionales para material educativo o de difusión.
- e) Revisión y validación de material gráfico de desarrollo externo a la Dirección, donde esté involucrada la imagen corporativa de la Universidad.
- f) Elaborar/revisar el contenido editorial base de las piezas creativas de la Universidad como oferta académica, docencia e investigación, entre otros.
- g) Elaboración/revisión de contenidos y noticias para ser publicados en los diversos medios impresos y digitales.
- h) Diseño y actualización del Portal Web de la Universidad Arturo Prat ([www.unap.cl](http://www.unap.cl))
- i) Dirección de la Radio UNAP Iquique, 107.9
- j) Participación en proyecto UESTV del Consejo de Rectores de la Universidades Chilenas
- k) Mantener contacto con medios de comunicación local y nacional.
- l) Asesorar a personeros universitarios en aspectos comunicacionales
- m) Preparar vocerías de rectoría, académicos y otros funcionarios de la Universidad
- n) Administrar y dirigir la línea editorial de los medios de la Universidad

### Párrafo Segundo De Marketing

**Artículo 12:** Marketing es responsable de proponer los lineamientos para el posicionamiento de la(s) marca(s) Universidad Arturo Prat.

**Artículo 13:** Esta bajo la responsabilidad del Encargado de Marketing que debe ser un Profesional con título de Ingeniería Comercial o profesional afín.

**Artículo 14:** Sus responsabilidades son las siguientes:

- a) Proponer y gestionar estudios de mercado que ayuden en la toma de decisiones.
- b) Planificar y establecer objetivos de marketing
- c) Proponer, presupuestar y programar acciones para posicionar la marca
- d) Identificar fuentes de posicionamiento en relación a las ventajas competitivas (fortalezas) de la Universidad
- e) Desarrollar planes y manuales de marketing y de marketing digital
- f) Diseñar y proponer campañas publicitarias en conjunto con otras unidades de la Universidad que las soliciten.
- g) Controlar y evaluar las acciones de marketing
- h) Inducción de planes y manuales de marketing

**Párrafo Tercero**  
**De Coordinación de Vinculación**

**Artículo 15:** Los Encargados de Vinculación son responsables de las actividades de vinculación en la Sede, Centro Docente y de Vinculación, y Facultades ante la Dirección.

**Artículo 16:** Los Encargados de Vinculación tienen las siguientes responsabilidades:

- a) Fomentar actividades de Vinculación y Relaciones Institucionales.
- b) Apoyar la planificación y control de la Dirección en la Sede, Centros Docentes y de Vinculación y Facultades en cuanto a actividades de vinculación se refiere.
- c) Apoyar la implementación y coordinación de actividades con organizaciones públicas y privadas.
- d) Informar a la Dirección de oportunidades de convenios entre la Universidad y organismos públicos y privados
- e) Coordinar su trabajo con el equipo de la Dirección de Vinculación y Relaciones Institucionales de Casa Central.
- f) Informar oportunamente a la Dirección de acuerdos tomados en la Sede, Centros Docentes y de Vinculación y Facultades.
- g) Coordinar apoyo en las actividades de vinculación
- h) Presentación de los proyectos de vinculación de la Sede, Centros Docentes y de Vinculación, y Facultades dentro de los plazos definidos.
- i) Registrar e informar todas las actividades de vinculación que se realicen en la Sede, Centros Docentes y de Vinculación y Facultades.

**II.- Modifica “Anexo I – Organigrama “, por:**



**Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales:** Unidad administrativa dependiente del Rector cuya función es formular y proponer programas, elaborar proyectos estratégicos de extensión y de vinculación para ampliar y diversificar la presencia activa de la Universidad en las regiones que se emplaza, a nivel nacional e internacional.

Su labor principal es fomentar, organizar, sistematizar y articular las diversas acciones de vinculación que desarrolla la Institución hacia el cumplimiento de los objetivos y funciones antes indicadas.

Esta Dirección General cuenta con las siguientes funciones de apoyo:

**Difusión y Comunicación:** Es la responsable de elaborar, asesorar y/o aprobar que los diseños y línea editorial de la Universidad, para el desarrollo de todas las actividades, sean coherentes con la imagen corporativa. También se preocupa de informar el quehacer de la UNAP, a través de los diferentes medios. Con esto, se busca difundir y acercar los resultados de la investigación, cultura, arte, deporte y docencia a la comunidad, además de dar a conocer las múltiples actividades que se desarrollan en el ámbito público y privado.

**Marketing:** Propone, supervisa y asesora en la determinación de la estrategia de marketing y su correspondiente planificación en el nivel corporativo, estratégico y funcional. Para ello propone los lineamientos para posicionar la marca, además de los estudios de mercado necesarios, y campañas para la ejecución de la estrategia.

**Coordinación de Vinculación:** Asegura y supervisa que cada facultad, sede, y centros docentes y de vinculación cuente con un responsable de generar, coordinar y articular las acciones de vinculación con la DGVRI.

**Coordinación de Extensión:** Promueve y ejecuta actividades que permitan la creación de vínculos con el medio y la sociedad, posibilitando la transferencia de conocimientos hacia la comunidad, al igual que la interacción y su desarrollo.

**Relaciones Internacionales:** Promueve la internacionalización de la Universidad, buscando insertarla en el proceso de globalización, coordinando y promoviendo entre estudiantes y académicos los diversos programas o convenios internacionales existentes.

2.- Apruébase el nuevo texto refundido del Reglamento de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales, su Anexo 1 y la Política Institucional de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales.

## **REGLAMENTO DIRECCIÓN GENERAL DE VINCULACIÓN Y RELACIONES INSTITUCIONALES TÍTULO PRELIMINAR**

### **Generalidades**

**Artículo 1:** El presente Reglamento tiene por finalidad normar las funciones y orgánica de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales de la Universidad Arturo Prat, como también a sus unidades administrativas de apoyo.

### **TITULO I DEFINICION Y ESTRUCTURA**

**Artículo 2:** La Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales, en adelante la Dirección, es la unidad administrativa dependiente del Rector, cuya función es formular y proponer programas y proyectos estratégicos de extensión y de vinculación que amplíen y diversifiquen la presencia activa de la Universidad en las regiones en la cuales se emplaza.

**Artículo 3:** Las funciones de apoyo de la Dirección son: a) Coordinación de Extensión; b) Coordinación de Vinculación; c) Las Relaciones Internacionales; d) La Difusión y Comunicación; y, e) Marketing.

**Artículo 4:** Para los efectos de este Reglamento las funciones señaladas en el artículo precedente corresponden a:

- a) Coordinación de Extensión: Promueve y ejecuta actividades que permitan la creación de vínculos con el medio y la sociedad, que posibiliten la transferencia de conocimiento, la interacción y su desarrollo.
- b) Coordinación de Vinculación: Asegura y supervisa con la Dirección que la Sede, Centros Docentes y de Vinculación, y Facultades cuenten con un responsable de generar y coordinar las actividades de vinculación con la Dirección.
- c) Relaciones Internacionales: Promueve la internacionalización de la Universidad, buscando insertarla en el proceso de globalización, coordinando y promoviendo entre estudiantes y docentes los diversos programas o convenios internacionales existentes con las unidades, facultades, centros e institutos.
- d) Difusión y Comunicación: Pretende informar a la comunidad universitaria y a la sociedad, las actividades del quehacer universitario de acuerdo a la línea editorial establecida.
- e) Marketing: Busca que la Universidad desarrolle un trabajo que responda a las necesidades de la sociedad, fomentando el desarrollo ciudadano y de servicio a la comunidad.

**Artículo 5:** Sin perjuicio de lo anterior, son funciones de la Dirección, entre otras, las que a continuación se indica:

- a) Generar y mantener actualizada la documentación (reglamentos, procedimientos y otros) necesaria que norme la correcta articulación entre la Dirección y su medio interno/externo, la cual debe ser difundida oportunamente a la comunidad universitaria.

- b) Velar por el correcto uso de la imagen corporativa, para lo cual establece los procedimientos y registros correspondientes.
- c) Propiciar la participación de la Universidad Arturo Prat en actividades de vinculación
- d) Proporcionar un modelo de gestión cultural
- c) Apoyar la realización de actividades de docencia que creen vínculos con el medio
- d) Facilitar y/o coordinar la participación de los grupos artístico-culturales y ramas deportivas de la Universidad en eventos regionales, nacionales e internacionales.
- e) Promover la interacción académica y estudiantil con instituciones internacionales
- f) Fomentar la movilidad estudiantil de pregrado y postgrado
- g) Favorecer la movilidad funcionaría
- h) Incentivar la internacionalización de la Universidad
- i) Difundir instrumentos de apoyo a la internacionalización
- j) Fomentar la presentación de grupos comunitarios ligados al quehacer cultural, deportivo y otros en espacios de la Universidad
- k) Coordinar y articular la participación de la Universidad en actividades organizadas por otras instituciones
- l) Gestionar la participación social de la Universidad con actores externos para así crear vínculos que estimulen el desarrollo social
- m) Colaborar en campañas que den respuesta a las necesidades específicas para la comunidad,
- n) Promover programas de asistencia técnica de servicio a la comunidad,
- o) Disponer de mecanismos que permitan canalizar las actividades universitarias
- p) Apoyar el Posicionamiento de la Universidad
- q) En general, las que la Universidad determine en el marco de las funciones establecidas de la Dirección General.

**Artículo 6:** Para el cumplimiento de las funciones de la Dirección, ésta contará con apoyo directo de las funciones de Difusión y Comunicación, y Marketing.

**Artículo 7:** Los funcionarios que desempeñen o se les asignen funciones de vinculación, deberán ejecutar sus proyectos, programas o actividades en coordinación con la Dirección, y conforme a las Políticas Institucionales de Vinculación y Relaciones Institucionales Vigentes.

## **TITULO II DEL DIRECTOR GENERAL**

**Artículo 8:** El Director General es el funcionario superior de la Universidad que depende directamente del Rector, es nombrado por éste y es de su exclusiva confianza.

**Artículo 9:** Son funciones del Director General, entre otras, las que a continuación se señalan:

- a) Representar a la Universidad en diferentes actividades internas y externas.
- b) Planificar, controlar y evaluar el Plan Operativo Anual de la Dirección
- c) Establecer y coordinar las actividades pertinentes a esta área con organizaciones públicas y privadas.
- d) Supervisar la línea editorial de las comunicaciones de la Universidad.
- e) Favorecer y supervisar la correcta comunicación de las actividades institucionales.
- f) Favorecer convenios entre la Universidad y organismos públicos y privados
- g) Fomentar actividades universitarias de interés docente, científico y cultural.
- h) Coordinar y supervisar el trabajo del equipo de la Dirección y de los Encargados de Vinculación
- i) Coordinar y potenciar el trabajo del equipo de la Dirección con otras unidades que vinculen de la Universidad.
- j) Informar al Rector acerca del desarrollo de las diferentes actividades de Vinculación y Relaciones Institucionales mediante informes de gestión,
- k) Fomentar actividades de Vinculación y Relaciones Institucionales provenientes de áreas de docencia e investigación.
- l) Generar redes de contacto institucional para la Universidad
- m) En general, las que el Rector le encomiende en el marco de las funciones de la Dirección General.

## **TITULO III DE LAS FUNCIONES DE APOYO Párrafo Primero De la Unidad de Difusión y Comunicaciones**

**Artículo 10:** Elabora, asesora, revisa y/o aprueba los diseños y línea editorial que requiera la Universidad en el desarrollo de las actividades institucionales.

**Artículo 11:** Difusión y Comunicación estará bajo la responsabilidad de un Encargado de Comunicaciones que deberá ser un Profesional con título de periodista, o profesional afín, y estará compuesta por dos equipos y un programador: el Equipo de Periodistas y el Equipo de Diseño

**Artículo 12:** Las responsabilidades son las siguientes:

- a) Velar que la información presentada en forma impresa o digital, ya sea a través del sitio web, redes sociales institucionales, la radio, la televisión institucional u otros, sea coherente con la imagen institucional.
- b) Elaborar propuestas comunicacionales para material de publicidad impreso o digital para prensa, radio, televisión e internet.
- c) Realizar cobertura mediática de las actividades que la Universidad desarrolla
- d) Asesoría y revisión de propuestas comunicacionales para material educativo o de difusión.
- c) Revisión y validación de material gráfico de desarrollo externo a la Dirección, donde esté involucrada la imagen corporativa de la Universidad.
- f) Elaborar/revisar el contenido editorial base de las piezas creativas de la Universidad como oferta académica, docencia e investigación, entre otros.
- g) Elaboración/revisión de contenidos y noticias para ser publicados en los diversos medios impresos y digitales.
- h) Diseño y actualización del Portal Web de la Universidad Arturo Prat ([www.unap.cl](http://www.unap.cl))
- i) Dirección de la Radio UNAP Iquique, 107.9
- j) Participación en proyecto UESTV del Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas
- k) Mantener contacto con medios de comunicación local y nacional.
- l) Asesorar a personeros universitarios en aspectos comunicacionales
- m) Preparar vocerías de rectoría, académicos y otros funcionarios de la Universidad
- n) Administrar y dirigir la línea editorial de los medios de la Universidad

### **Párrafo Segundo De Marketing**

**Artículo 13:** Marketing es responsable de proponer los lineamientos para el posicionamiento de la(s) marca(s) Universidad Arturo Prat.

**Artículo 14:** Esta bajo la responsabilidad del Encargado de Marketing que debe ser un Profesional con título de Ingeniería Comercial o profesional afín.

**Artículo 15:** Sus responsabilidades son las siguientes:

- a) Proponer y gestionar estudios de mercado que ayuden en la toma de decisiones.
- b) Planificar y establecer objetivos de marketing
- c) Proponer, presupuestar y programar acciones para posicionar la marca
- d) Identificar fuentes de posicionamiento en relación a las ventajas competitivas (fortalezas) de la Universidad
- c) Desarrollar planes y manuales de marketing y de marketing digital
- f) Diseñar y proponer campañas publicitarias en conjunto con otras unidades de la Universidad que las soliciten.
- g) Controlar y evaluar las acciones de marketing
- h) Inducción de planes y manuales de marketing

### **Párrafo Tercero De Coordinación de Vinculación**

**Artículo 16:** Los Encargados de Vinculación son responsables de las actividades de vinculación en la Sede, Centro Docente y de Vinculación, y Facultades ante la Dirección.

**Artículo 17:** Los Encargados de Vinculación tienen las siguientes responsabilidades:

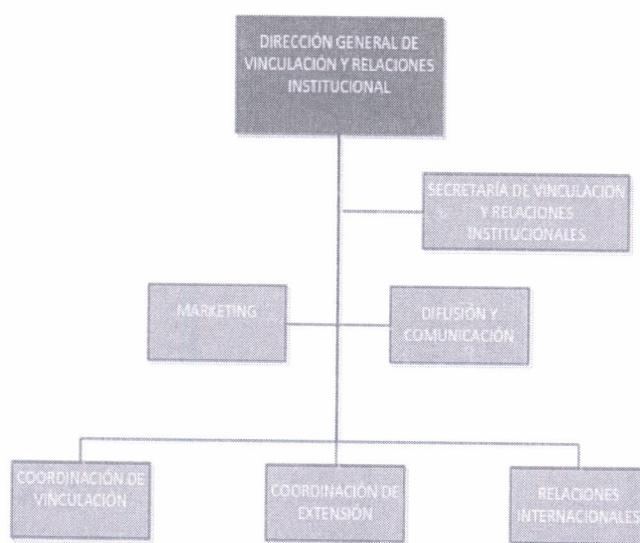
- a) Fomentar actividades de Vinculación y Relaciones Institucionales.
- b) Apoyar la planificación y control de la Dirección en la Sede, Centros Docentes y de Vinculación y Facultades en cuanto a actividades de vinculación se refiere.
- c) Apoyar la implementación y coordinación de actividades con organizaciones públicas y privadas.
- d) Informar a la Dirección de oportunidades de convenios entre la Universidad y organismos públicos y privados
- e) Coordinar su trabajo con el equipo de la Dirección de Vinculación y Relaciones Institucionales de Casa Central.

- f) Informar oportunamente a la Dirección de acuerdos tomados en la Sede, Centros Docentes y de Vinculación y Facultades.
- g) Coordinar apoyo en las actividades de vinculación
- h) Presentación de los proyectos de vinculación de la Sede, Centros Docentes y de Vinculación, y Facultades. dentro de los plazos definidos.
- i) Registrar e informar todas las actividades de vinculación que se realicen en la Sede, Centros Docentes y de Vinculación y Facultades.

#### TITULO IV OTRAS DISPOSICIONES

**Artículo 18:** Cualquier interpretación, precisión o complementación de las funciones y atribuciones consignadas en este instrumento para los funcionarios que integran el área académico-docente, será resuelta por el/la Vicerrector/a Académico/a, sin perjuicio de las facultades que le asisten al Rector y a la Contraloría de la Universidad.

#### ANEXO I



#### **Política Institucional de la Dirección General de Vinculación y Relaciones Institucionales**

En la formulación estratégica de las Políticas Institucionales, comprendiendo que nuestra Casa de Estudios está conformada por Casa Central y por Sedes, se define como Vinculación la relación bidireccional entre la Universidad y la Comunidad donde está inserta, la que se expresa a través de actividades de docencia, investigación, artístico culturales y deportivas. Es una relación permanente de mutua colaboración y desarrollo.

##### Políticas Generales

- 1.- La Dirección fomentará la Vinculación a través del quehacer docente y la investigación, favoreciendo los intereses de la Comunidad, creando y manteniendo nexos, mediante actividades institucionales que vinculen a la Universidad con el medio investigativo, disciplinario, artístico, tecnológico y productivo, contribuyendo al posicionamiento y al rol social, comprometido en la Misión Institucional.
- 2.- La Universidad ordena sus actividades de vinculación en: Función de Extensión, Función de Difusión, Función de Relaciones Internacionales, y Función de Responsabilidad Social Universitaria.

3.- La Universidad a través de los medios, eje fundamental de la comunicación, facilita el acceso y difusión de nuevos conocimientos, fomentando el planteamiento y debate de ideas de manera pluralista.

4.- La Universidad establece alianzas locales, regionales y nacionales que le permitan mantener un vínculo constante con organismos públicos y privados, constituyéndose en un colaborador activo del desarrollo.

5.- La Universidad, mediante la Dirección de Vinculación y Relaciones institucionales, apoya a las Facultades y Unidades Administrativas, en la identificación de oportunidades de actividades universitarias que incentiven la vinculación de carreras y sedes, considerando los Planes de Desarrollo Estratégico.

6.- La Universidad establece convenios con entidades internacionales a fin de favorecer el intercambio de saberes que posibiliten a los estudiantes, académicos e investigadores perfeccionarse en distintos ámbitos del quehacer humano.

7.- La Universidad a través de sus Facultades y las respectivas carreras, mantiene y fomenta el acercamiento con sus egresados y titulados, mediante la Oficina Egresados.

8.- La Universidad, fomenta las artes y el deporte mediante sus grupos artísticos y equipos deportivos que la representan en actividades a nivel nacional e internacional.

9.- La Universidad apoya a la Comunidad a través de la disposición de sus espacios, fomentando el desarrollo cultural, artístico y deportivo, contribuyendo a una mayor difusión.

3.- Déjase sin efecto el Decreto Exento N° 0136 de 24.01.2013.-

**COMUNÍQUESE, REGÍSTRESE Y DÉSE CUMPLIMIENTO.**

**SERGIO ETCHEVERRY GUTIÉRREZ**  
Secretario General

DISTRIBUCIÓN:  
Según envío vía e-mail a base de datos Decretos-2014.  
GSB/SEG/rec

**GUSTAVO SOTO BRINGAS**  
Rector

**CURSADO**  
CONTRALORIA INTERNA  
UNIVERSIDAD ARTURO PRAT

09 JUN 2014