

## 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIOS

Con carácter general por parte de la Universidad de Castilla-La Mancha se procederá a poner a disposición de nuestros potenciales alumnos toda la información necesaria para que el alumno pueda realizar la elección de la titulación con los mejores elementos de juicio posibles. En este sentido cobra un papel primordial el Área de Gestión de Alumnos con una Gerencia que coordina e impulsa, apoyada por la Unidad de Gestión de Alumnos del Rectorado, las acciones de carácter administrativo, de información y promoción decididas por el Consejo de Dirección. Por último son las Unidades de Gestión de Alumnos de cada campus, como unidades descentralizadas, las que llevan a cabo dichas acciones.

En primer lugar, se ha de atender al perfil de los potenciales alumnos a los que nos dirigimos. Este aspecto básico para establecer tanto la propia redacción de los materiales informativos como de los cauces de su difusión condicionará enormemente nuestra actuación. Atendiendo a este criterio se ha procedido a realizar una segmentación de los futuros alumnos distinguiendo entre alumnos graduados por esta Universidad, alumnos graduados por otras Universidades y alumnos extranjeros.

El perfil de cada uno de estos grupos de alumnos nos obliga en primer lugar a utilizar tanto su propio lenguaje, adaptado incluso a la terminología propia de su país, y sus propios cauces de comunicación en los que, sin dejar definitivamente de lado el uso del tradicional folleto en papel, ganan un peso cada vez mayor la utilización de las nuevas tecnologías en un mundo cada vez más globalizado.

En lo que respecta a los contenidos, hemos de atender en primer lugar a sus necesidades de información que se inician durante los últimos cursos de las enseñanzas de grado, siendo las más demandadas las relativas a: (a) preinscripción;

(b) matrícula; (c) alojamiento; y (d) oferta de titulaciones, centros y servicios universitarios.

Así, se editarán materiales de difusión que incluirán los anteriores apartados.

Esos materiales serán, entre otros:

- Folletos informativos en un lenguaje cercano al estudiante.
- CD interactivo con un diseño atractivo para el estudiante.
- Presentaciones digitales en las jornadas con profesores, colegios profesionales, asociaciones de antiguos alumnos y demás colectivos de interés.
- Vídeos institucionales que sirvan de carta de presentación de nuestra Universidad, sus centros y servicios.

Todos estos materiales informativos estarán colgados en la página web y se podrán replicar en otro idioma, preferentemente inglés, para lograr una mayor difusión de nuestra oferta.

En lo que atañe a los canales de comunicación, éstos han de ser lo suficientemente variados para que nuestra información le llegue al futuro alumno de forma clara, inequívoca, comprensible y de forma fehaciente.

Así, se utilizarán preferentemente las nuevas tecnologías en nuestra comunicación con los futuros alumnos, plasmándose en los siguientes cauces:

1. Existe actualmente un *call center* centralizado y único para toda la Universidad que recoge y canaliza telefónicamente las consultas sobre acceso a la Universidad, trámites administrativos y servicios.
2. Puesta a disposición del estudiante a través de la página web de todos los materiales informativos diseñados sobre los apartados anteriores. En este sentido, se han creado perfiles específicos para estudiantes actuales (<http://www.uclm.es/estudiantes/>) y futuros (<http://www.uclm.es/preuniversitario/>).

3. También son accesibles a través de dicha página todos los contenidos facilitados por los centros sobre sus titulaciones, servicios, guía académica, etc.
4. Inclusión en la página web específica de posgrado (<http://www.uclm.es/estudios/catalogo/master.aspx>) de motores de búsqueda de titulaciones dirigido fundamentalmente a estudiantes graduados. Asimismo, se establecerá un sistema de Difusión Selectiva de la Información (DSI) vía correo electrónico para estudiantes graduados, informándoles de la oferta de posgrado adecuada al perfil definido por ellos mismos.
5. Mantenimiento de las cuentas de correo electrónico de las que ya disponían durante sus estudios de grado en esta Universidad para hacerles llegar la información sobre el acceso estos estudios. La generación de estas cuentas podrá ampliarse a otros colectivos en la medida en que no exista ninguno de los impedimentos legales fijados por la Ley de Protección de Datos.
6. Realización vía web de los siguientes trámites administrativos, mediante autenticación con PIN: (a) preinscripción para acceder a los estudios ofertados por esta Universidad; (b) consulta de resultados de preinscripción; (c) modificación de cita previa asignada para realización de preinscripción y/o matrícula.
7. Se habilita un buzón del estudiante accesible desde la página web <http://www.uclm.es/estudiantes/> conforme a los estándares de calidad del servicio prestado.

Junto a estos métodos más tecnológicos se propone también el establecimiento de los siguientes canales de información, más personalizados, que permitan el contacto directo con los futuros estudiantes y su entorno:

1. Jornadas de Puertas Abiertas en los campus de la UCLM para los potenciales alumnos en las que, además de recibir un avance de información sobre trámites administrativos y oferta de servicios, podrán visitar las instalaciones y profundizar en el conocimiento del centro y titulación de su elección.

2. Jornadas con profesores, colegios profesionales, asociaciones de antiguos alumnos y demás colectivos de interés de nuestro distrito para informarles sobre oferta educativa, trámites administrativos, servicios, etc.
3. Asistencia a salones del estudiante que se celebren en el ámbito del distrito universitario así como aquellos otros que sean considerados estratégicos por el Consejo de Dirección de esta Universidad.
4. Si bien no directamente relacionados con los estudiantes, cabe también citar la participación de la UCLM en distintos foros de coordinación universitaria relacionados con la información al universitario. En este sentido, la UCLM forma actualmente parte del grupo de trabajo de los Servicios de Información y Orientación al Universitario (SIOU) dependiente de la RUNAE y de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE).

Por otra parte, en cuanto al perfil personal de ingreso, el Máster resulta especialmente indicado para aquellos alumnos que manifiesten su interés e inquietud por el conocimiento de materias relacionadas con la dirección y gestión de recursos relacionados con el sector turístico. De acuerdo con esta premisa, el estudiante deberá ser capaz de desarrollar capacidades y habilidades en el ámbito directivo de la empresa, por lo que será conveniente que previamente cuente con destrezas en comunicación oral y escrita, una preferencia hacia el trabajo en grupo, capacidad para asumir posiciones de liderazgo y disposición para gestionar personas. Con este propósito se realiza la entrevista personal para la selección de los alumnos.