4.1. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRICULACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DE ACOGIDA ACCESIBLES. ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO PARA FACILITAR SU INCORPORACIÓN A LA UNIVERSIDAD Y LA TITULACIÓN.

4.1.1. Perfil de ingreso.

El modelo de formación de la UDIMA está basado en la educación a distancia, haciendo uso intensivo de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) para facilitar el proceso educativo. En este principio del siglo XXI existe ya un notable consenso entre académicos, profesionales de diferentes sectores, empresarios y políticos en cuanto a que el progreso de las TIC tiene una repercusión evidente en nuestra vida diaria y seguirá generando cambios en casi todas las facetas de la vida humana. Este proceso es relativamente rápido y tiene también un impacto considerable en la forma en que aprendemos y enseñamos. La UDIMA ha aprovechado esta oportunidad del desarrollo de la Sociedad de la Información para aportar un valor añadido en las necesidades de formación universitaria de miles de personas, que por diversos motivos, no pueden acudir a una universidad presencial. La aportación de valor añadido de la UDIMA se fundamenta en las siguientes bases:

- La UDIMA parte de las necesidades actuales de mujeres y hombres en el contexto de la Sociedad de la Información y pretende dar respuestas a dichas necesidades de formación ligadas a la exigencia de promoción personal y de perfeccionamiento profesional, en relación con las demandas del mercado laboral, y la evolución de la sociedad.
- La UDIMA se apoya principalmente en las TIC para la realización de las actividades educativas, respondiendo a las necesidades de flexibilidad horaria, de ubicación geográfica y de interactividad, con el consiguiente componente práctico de las asignaturas.
- La UDIMA es una universidad vinculada a la realidad de la sociedad en su conjunto y con vocación empresarial. Desde esta perspectiva, ofrece una enseñanza práctica basada en el desarrollo de competencias concretas y habilidades específicas a través de las actividades didácticas de cada uno de los programas.

En definitiva, la UDIMA pretende dar oportunidades de formación a los ciudadanos que por problemas de horarios, de movilidad, de distancia geográfica o de conciliación familiar no pueden recurrir a una universidad presencial o tradicional, para formarse o completar su formación. Por este motivo, la UDIMA es una universidad abierta y flexible solventando las barreras u obstáculos en las aspiraciones de muchos ciudadanos que pueden aprovechar la oportunidad que se les brinda de cursar una titulación universitaria.

Por ello, el perfil de los candidatos universitarios a la UDIMA responde a las siguientes características:

- a) Trabajadores por cuenta propia o ajena, con alguna experiencia profesional e interesados en mejorar su cualificación o sus posibilidades de promoción.
- b) Personas que por razones geográficas de lejanía de los centros de enseñanza presencial o por razones de orden personal tengan dificultades para seguir otra modalidad de enseñanza.
- c) Estudiantes de otras universidades o centros de enseñanza, dispuestos a cursar una nueva enseñanza a distancia para completar los conocimientos o las titulaciones en curso de adquisición.

Para todos estos estudiantes, la UDIMA dispone de una oferta formativa basada en un sistema de enseñanza abierto y flexible que posibilita compatibilizar sus circunstancias personales, por adversas que parezcan en principio, con el estudio de una titulación oficial universitaria o un programa formativo de postgrado. De este modo se suministra una amplia información de todas las enseñanzas de la UDIMA a través de medios accesibles a todos los potenciales estudiantes. Instrumentos imprescindibles de este empeño son la guía de información general en la página web de la UDIMA, las guías docentes de las titulaciones y la guía genérica del título de grado, unos materiales didácticos de calidad, la labor docente del profesorado y las Aulas Virtuales de la Universidad, desde donde se desarrollará el proceso enseñanza-aprendizaje.

Con carácter especial, la titulación de **Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas** pretende atraer alumnos interesados en participar como agentes implicados en la formación de los periodistas y en ser profesionales que desempeñan las diferentes labores de la comunicación informativa.

También deberá poseer capacidad de análisis y síntesis, capacidad de organización y planificación, facilidad de comprensión y de abstracción, orientado a la resolución de problemas, facilidad de expresión y un compromiso ético.

Perfil específico para el acceso al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

Los siguientes son perfiles de estudiantes a los que se dirige preferentemente la titulación:

- Estudiantes sin titulación universitaria previa que realizan el curso de Acceso a la Universidad para mayores de 25 y 45 años, o bien acceso por experiencia profesional para mayores de 40 años.
- Profesionales en ejercicio de la Publicidad o las Relaciones Públicas, que carece de colegiación obligatoria, que accedan por la vía de la experiencia profesional para mayores de 40 años.
- Estudiantes de bachillerato o CFGS sin experiencia profesional que quieren dedicarse al ámbito de trabajo de la Publicidad o las Relaciones Públicas.
- Estudiantes que ya han cursado estudios universitarios en cualquier campo de conocimiento de las Ciencias Sociales, de cara a un mayor desarrollo profesional y la obtención del Título de Grado.
- Estudiantes que ya han cursado estudios universitarios en Ciencias Empresariales, Economía, Derecho,

Ciencias del Trabajo u otros similares interesados en conocer o profundizar sus conocimientos de cara a un mayor desarrollo profesional y la obtención de un Título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

En líneas generales, es deseable que un estudiante de Publicidad y Relaciones Públicas tenga el convencimiento de la importancia social de su función como una profesión decisiva en la mejora de la sociedad. En su futura labor profesional ha de atender al desarrollo de los contenidos propios del publicista y de los profesionales de las relaciones públicas. Por ello, debería poseer alguna de las siguientes capacidades y habilidades, que posteriormente consolidará y/o adquirirá:

- Alto nivel de comunicación oral y escrita en lengua española.
- Capacidad de escucha.
- Capacidad de análisis, síntesis y razonamiento crítico.
- Capacidad para resolver conflictos.
- Capacidad para la organización de tareas y el trabajo en equipo.
- Actitud de respeto a los Derechos Humanos y a todas las personas independientemente de sus convicciones o creencias políticas o religiosas, así como una actitud de respeto y cuidado al medioambiente.
- Capacidad de diálogo como medio básico para la resolución de conflictos.
- Interés por el conocimiento y la formación permanente.
- Creatividad en la resolución de problemas.

4.1.2. Canales de difusión empleados para informar a los potenciales estudiantes sobre la titulación y sobre el proceso de matriculación.

La gestión de las campañas informativas de la UDIMA corre a cargo del Departamento de Marketing, siendo responsabilidad de su Director la coordinación general de todas las acciones promocionales que se lleven a cabo y que se desarrollan en dos campañas de difusión, de orientación y acogida, mediante:

- Sistemas de información genéricos, dirigidos a la totalidad de los estudiantes de nuevo ingreso. Tienen por objetivo orientar a estos en el proceso de elección de sus futuros estudios universitarios desde una perspectiva integradora que, no sólo se centra en el estudiante, sino también en su entorno más próximo.
- Sistemas de información específicos. Pretenden dar respuesta a una necesidad de información concreta, planteada por los estudiantes, sus padres, tutores, orientadores o por un determinado colectivo.

4.1.3. Campañas de difusión.

Los destinatarios de las campañas de difusión son siempre los estudiantes potenciales, interesados en la realización de un programa formativo concreto. El ámbito de estas campañas será local, nacional e internacional y se ejecutarán con una serie de acciones publicitarias a través de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, TV), de Internet (en la página web de la UDIMA), de acciones internas (*mailing*, jornadas de puertas abiertas, catálogos promocionales, etc.) y de acciones externas (ferias, sesiones informativas específicas en empresas e instituciones de educación primaria y secundaria, etc.).

Su principal objetivo es proporcionar, de forma clara y atractiva, a cualquier estudiante potencial, la mayor información posible sobre la UDIMA, identificándola por sus características propias en el conjunto de las universidades españolas, describiendo minuciosamente las enseñanzas y servicios ofertados y los métodos docentes utilizados en cada titulación, así como los criterios evaluadores y los procedimientos establecidos para garantizar la mejor calidad de los resultados.

La campaña de difusión correspondiente al primer semestre, que comienza en el mes de octubre, se desarrollará de junio a septiembre, mientras que la campaña de difusión correspondiente al segundo semestre, que comienza en el mes de marzo, se desarrollara desde el mes de noviembre hasta el mes de febrero de cada año.

4.1.4. Proceso de orientación y acogida.

El proceso de orientación y acogida se destina a los estudiantes que han confirmado su interés en cursar un programa formativo específico, mediante acciones encaminadas a proporcionar, de forma clara y atractiva, la mayor información posible sobre las enseñanzas de la UDIMA de acuerdo con las expectativas y necesidades específicas manifestadas. Dentro de este proceso se contemplan dos líneas de actuación: orientación durante el proceso de admisión e información y formación sobre el uso de recursos, así como entrenamiento de competencias para ser un estudiante a distancia.

4.1.4.1. Orientación durante el proceso de admisión.

El objetivo de esta acción es asesorar al futuro estudiante en el proceso de admisión de forma presencial, telefónicamente o a través de la página web de la UDIMA (www.udima.es), en lo relativo a los requisitos que debe cumplir para cursar una titulación de Grado, la correcta elección de estudios y los procedimientos de admisión y de matriculación.

En este proceso de orientación participan, ante todo, las facultades y demás centros docentes de la UDIMA. El estudiante recibirá información relativa a los requerimientos, niveles de dificultad y horas de estudio estimadas para

poder llevar a cabo un itinerario formativo ajustado a las posibilidades reales del estudiante, de modo que aquel pueda planificar su matrícula y elegir convenientemente las asignaturas a cursar.

A su vez, el personal de administración y servicios (PAS) de la UDIMA proporcionará al estudiante todo el apoyo administrativo necesario para una realización óptima del proceso de admisión y matriculación por medio de atención presencial en el campus universitario, telefónica y por correo electrónico, con información guiada en la web para la realización de la matrícula *on-line*.

4.1.4.2. Sistema de información previa a la matriculación.

El objetivo de esta acción es proporcionar la información necesaria al futuro estudiante antes del proceso de matriculación. Una vez admitido el estudiante a los estudios de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, éste dispone de información previa a la matriculación a través de los siguientes mecanismos:

- Página web de la universidad en la que se encuentra disponible la información necesaria para el estudiante de cara a su futura matriculación: proceso, plazos, precios, etc.
- Asesoramiento telefónico, presencial y por correo electrónico por parte del personal de administración y servicios (PAS) en todo lo referente a la organización de las enseñanzas en la universidad y al proceso de matriculación.
- Asesoramiento telefónico por parte del profesorado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas acerca de las diferentes asignaturas a matricular en función de factores fundamentales como la disponibilidad del estudiante y su perfil académico.

4.1.4.3. Información y formación sobre el uso de recursos y entrenamiento de competencias para ser un estudiante a distancia.

Estas acciones informativas y formativas, a cargo del Departamento de Asistencia y Orientación al Estudiante, tienen lugar al comienzo de cada curso.

Sus objetivos son la prevención del abandono y el fracaso académico, orientando y guiando al nuevo estudiante desde el inicio de sus estudios, proporcionándole conocimientos y entrenamiento necesarios para conseguir los siguientes objetivos: a) las competencias necesarias para ser un estudiante autónomo, gracias al autoaprendizaje tutorizado, que es el elemento clave para el éxito en programas de educación a distancia, y b) el buen uso de los medios de apoyo puestos a su disposición.

El Departamento de Asistencia y Orientación al Estudiante se encarga de facilitar el acceso y proporcionar las guías de apoyo *on-line*, sobre las competencias para ser un estudiante a distancia, diagnóstico de perfiles de riesgo de abandono, técnicas de estudio, uso básico de las herramientas telemáticas, coordinación del programa de apoyo para moderar la ansiedad ante los exámenes, reglas para la planificación del estudio eficaz y previsión de programas específicos para estudiantes con dificultades o con altos riesgos de abandono.

La UDIMA desarrolla, por otra parte, una política de integración de estudiantes con discapacidad, que afecta tanto a los estudiantes de nuevo ingreso como a los ya matriculados, tal como se indica con mayor detalle en el apartado en que se describen los sistemas de apoyo y orientación destinados a los estudiantes que ya han comenzado sus enseñanzas.