Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad

REGLAMENTO GENERAL

CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

ÍNDICE

Título Primero de los Estudios 1

Capítulo I

Disposiciones Generales y Organización Institucional 1

Capítulo II

De los Requisitos de Ingreso (Inscripción), Promoción y Permanencia de los Alumnos…3

Capítulo III

De la Reinscripción 6

Capítulo IV

De los tiempos máximos, mínimos para completar los Estudios y la Reincorporación 7

Capítulo V

De la Movilidad Académica 8

Capítulo VI

La Evaluación Académica 9

Capítulo VII

De la Regularización Académica 12

Capítulo VIII

De la Revisión de Evaluaciones y la corrección de calificaciones 15

Capítulo IX

De la Privacidad y Confidencialidad 16

Título Segundo

Los Planes de Estudio, modelo Educativo y Personal Académico 17

Capítulo I

Planes de Estudio y modelo Educativo 17

Capítulo II

Del Personal Académico 18

Título Tercero

Bajas de los Alumnos 20

Capítulo Único

De los Tipos y Causales de las Bajas.....20

Título Cuarto

Derechos, Obligaciones de los Alumnos e Infracciones y Sanciones.....23

Capítulo I

Derechos y obligaciones de los alumnos.....23

Capítulo II

De las infracciones y sanciones.....27

Capítulo III

De las quejas y del procedimiento disciplinario..... 31

Capítulo IV

Del recurso de inconformidad y la instancia competente 33

Título Quinto

Requisitos y Opciones de Titulación 34

Capítulo I

Del Egreso 34

Capítulo II

Requisitos para solicitar la expedición de Constancias, Certificados de Estudios, Parciales o Totales, Títulos y Grados.....36

Título Sexto

De las Becas y el Servicio Social.....37

Capítulo I

Reglas para el Otorgamiento de Becas, de conformidad con lo establecido por la Normatividad en la Materia..... 37

Capítulo II

Requisitos para la Prestación y Liberación del Servicio Social 40

Título Séptimo

Del Acoso 41

Capítulo único

Protocolo de Actuación ante el Acoso 41

Título Octavo

Vigencia del Reglamento 43

Capítulo único

Vigencia y Publicidad del Reglamento 43

Transitorios 44

Título Primero.- De los Estudios

Capítulo I
Disposiciones Generales y Organización Institucional

Artículo 1.- El presente reglamento tiene por objeto, regular las relaciones que se establezcan entre el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, sus alumnos, docentes y en general toda la comunidad escolar con motivo de los servicios educativos que se imparten, sobre aspectos académicos, administrativos y disciplinarios, indispensables para la adecuada operación de esta institución, en términos del acuerdo vigente emitido por la Secretaria de Educación Pública, relativo a trámites y procedimientos relacionados con el Reconocimiento de Validez Oficial del tipo superior.

Artículo 2.- El presente reglamento es de observancia general y obligatoria para el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, sus alumnos, su personal docente, y personal administrativo; se dará a conocer a todos los involucrados, especialmente al alumno, previo trámite de inscripción, reinscripción y/o contratación, recabando la constancia respectiva; las posibles modificaciones del ordenamiento estarán disponibles en todo momento de forma física en la Dirección de esta institución, el área de Control Escolar y a través de su página electrónica.

Artículo 3.- El propósito de los estudios superiores a nivel Licenciatura, es formar profesionistas con preparación y conocimientos necesarios que los habiliten a brindar soluciones a los problemas que se les presenten a nivel profesional y personal, así como potencializar oportunidades. La Maestría por su parte busca fundamentalmente la profundización del conocimiento al incrementar la preparación de sus alumnos a metas más altas en la búsqueda de un nivel académico de excelencia.

Artículo 4.- Los interesados en ingresar como alumnos al CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, deben cumplir con los requisitos, ajustarse a las reglas que marca el presente ordenamiento y haber cubierto los trámites de admisión, inscripción o reinscripción en su caso.

Artículo 5.- Los estudios de educación superior del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, se cursarán conforme a lo establecido en los planes y programas que cuentan con Reconocimiento de Validez Oficial y que se encuentran a disposición de sus alumnos e interesados para su consulta en la Dirección y Control Escolar.

Artículo 6.- La organización institucional del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD es la siguiente:

I. Director General
II. Director Académico
III. Director Administrativo
IV. Coordinador Académico
V. Coordinador de Control Escolar
VI. Consejo Técnico

Capítulo II.-

De los Requisitos de Ingreso (inscripción), promoción y permanencia de los alumnos.

Artículo 7.- Los interesados en ingresar a cursar alguna Licenciatura o Maestría en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

I. Acreditar el nivel de estudios inmediato anterior, bachillerato o equivalente para el caso de Licenciatura y/o certificado de estudios totales de Licenciatura para el caso de la Maestría, mediante el documento original expedido por la institución educativa de procedencia correspondiente. Los alumnos de nuevo ingreso a primer ciclo escolar que a la fecha de su inscripción no cuenten con este documento, podrán entregar una constancia que certifique que han concluido con este ciclo. Esta constancia solo amparará al alumno hasta completar el primer ciclo escolar, concluido este lapso, sino se ha entregado el documento original, los estudios que el alumno haya realizado no tendrán Reconocimiento de Validez Oficial.

II. Presentar las evaluaciones que requiera la institución y presentar solicitud de inscripción.

III. Presentar acta de nacimiento original y copia.

IV. Presentar certificado médico expedido por profesional con cédula con efectos de patente.

V. Dos fotografías tamaño credencial ovaladas blanco y negro.

VI. Presentar una copia del CURP.

VII. Presentar un comprobante de domicilio oficial.

VIII. En el caso de Maestría se requerirá además de los anteriores:

- Curriculum Vitae
- Carta de exposición de motivos
- Entrevista con el Director de la Maestría
- Cursar propedéutico

IX. Concluir los trámites de registro en las fechas establecidas por el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

X. Efectuar los pagos correspondientes de acuerdo con el contrato de prestación de servicios educativos que se firma al inscribirse por parte del alumno y/o el tutor.

XI. Los demás requisitos que, en su caso, estableciera de forma incidental la dirección del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, previo aviso realizado al alumno, recabando la constancia respectiva, por ejemplo, el alumno que haya cursado estudios de educación media superior o superior en escuelas estatales, deberá entregar los certificados respectivos debidamente legalizados por las oficinas del Gobierno del Estado en donde los realizó.

Artículo 8.- Los trámites relacionados con la inscripción o reinscripción deberán ser realizados invariablemente por el interesado y/o su tutor; solo por excepción podrá hacerlos otra persona por medio de carta poder e identificación oficial, siempre y cuando reúna los requisitos que señale el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Artículo 9.- La apertura o promoción de un grupo estará sujeta a la cantidad mínima de 6 alumnos, en casos excepcionales la institución revisará el supuesto respectivo, el turno y grupo donde se cursarán las asignaturas se otorgarán conforme a los cupos disponibles; en ningún caso se considerará el antecedente del turno como condición de compromiso para la siguiente reinscripción.

Artículo 10.- De comprobarse falsedad en cualquier documento entregado por el alumno en forma personal o por conducto de terceros o resultase que no tienen validez oficial, se anulará su inscripción y quedarán sin efecto los actos derivados de la misma. Si los documentos apócrifos o carentes de validez oficial son detectados cuando el alumno ya ha cursado uno o más períodos escolares y no se produce una aclaración satisfactoria por las partes involucradas, se anularán las calificaciones hasta ese momento obtenidas y se notificará tal situación a las autoridades competentes. Lo anterior no tendrá el efecto de reembolsar cantidad alguna pagada por los servicios recibidos por el alumno.

Artículo 11.- Son alumnos del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, aquellos que hayan cumplido con los requisitos de ingreso, han realizado en tiempo y forma los trámites y pagos de inscripción o reinscripción correspondientes, colegiaturas y cualquier otra cuota establecida para su debida estancia en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Se entiende por inscripción el primer acto que realiza el alumno que ingresa a una Licenciatura o Maestría y reinscripción a los trámites que realiza para proseguir sus estudios, los periodos de estos trámites los dará a conocer la Dirección Administrativa a través del área de Coordinación Académica, perfectamente especificados en el calendario escolar, así como las fechas límites de pago. Para efectuar la reinscripción el alumno deberá estar al corriente en sus colegiaturas y demás pagos administrativos. Sin este requisito no será reinscrito el alumno.

Artículo 12.- Los periodos escolares están de acuerdo con los registros de validez oficial expedidos por la Secretaria de Educación Pública y se apegarán a la modalidad, plan y programas de estudio autorizados.

Artículo 13.- Los alumnos que hayan realizado estudios del ciclo profesional en otra escuela de nivel superior deberán además entregar certificado parcial de estudios autenticado, según corresponda por la SEP, UNAM,

IPN, UAM o universidades estatales, en este último caso deberá presentarlo legalizado por el Gobierno del Estado. La institución realizará ante la Secretaria de Educación Pública el trámite de equivalencia y/o revalidación para el dictamen correspondiente.

Artículo 14.- El alumno que haya realizado estudios en el extranjero, deberá entregar la documentación señalada en artículos anteriores, la cual deberá presentar legalizada por el Cónsul de México en el país en donde realizó los estudios y certificar dicha firma en la Secretaria de Relaciones Exteriores; además deberá entregar:

I. Dictamen de equivalencia y/o revalidación de los estudios de bachillerato o profesional, expedido por la Secretaria de Educación Pública.
II. Constancia que avale su estancia legal en el país con la calidad de alumno.

Los alumnos que no entreguen su documentación completa en un máximo de seis meses para Licenciatura y cuatro meses para la Maestría causarán baja temporal sin responsabilidad para el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, quedando vigentes las obligaciones de carácter económico que el alumno contrajo con la institución.

Capítulo III

De la Reinscripción

Artículo 15.- Los requisitos para la reinscripción en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, son:

I. No tener adeudo económico del ciclo anterior.
II. Cubrir el pago de reinscripción.
III. No haber rebasado el plazo máximo permitido para terminar los estudios (artículo 17);
IV. Cumplir con los demás requisitos señalados en este reglamento y por las leyes en materia de educación superior.

La falta de reinscripción del alumno no cancela sus obligaciones económicas contractuales.

Artículo 16.- No tendrán derecho a la reinscripción, los alumnos que se encuentren en alguna de las situaciones siguientes:

I. Estar suspendido del servicio educativo en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, por cualquier motivo justificado o que se encuentre en alguna de las causales de baja según este ordenamiento;
II. Haber rebasado el límite de tiempo para tener derecho al reingreso (artículo 17 de este reglamento);
III. No estar al corriente en sus pagos de colegiaturas o no efectuar el pago de reinscripción.
IV. Si no acredita más del 50% de las asignaturas del ciclo inmediato anterior. En este caso solo tendrá derecho a reinscribir las asignaturas que le permitan regularizar su situación académica.

Capítulo IV

De los tiempos mínimos y máximos para completar los estudios y de la reincorporación

Artículo 17.- Los tiempos mínimos y máximos para completar los estudios serán los siguientes:

I. El tiempo mínimo que curse el alumno la Licenciatura, será el resultado de acreditar todas las asignaturas y los créditos del plan y programa de estudio de que se trate, cuatro años calendario. Se exceptúan los casos de equivalencias de estudios. Para el caso de Maestría, será de dos años calendario.

II. El tiempo máximo para acreditar la Licenciatura o la Maestría será del doble del tiempo mínimo, en cada caso, si en este tiempo no se concluye con los créditos y asignaturas que marca el plan y programa de estudios no se podrá reactivar al alumno ni concretar su trámite de titulación por causas totalmente ajenas al CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, y será entera responsabilidad del alumno.

Artículo 18.- Tratándose de materias en específico, podrá el alumno reinscribirse en la misma asignatura en caso de no aprobarla, con apego a lo señalado en el artículo 39 del presente reglamento, pagando las cuotas correspondientes de reinscripción y colegiaturas.

Artículo 19.- La reincorporación del alumno que así lo solicite, derivado de su circunstancia particular, será valorada por la Dirección y se apegará a lo señalado en el presente ordenamiento.

Capítulo V
De la Movilidad Académica

Artículo 20.- Los aspirantes provenientes del extranjero serán admitidos al satisfacer los mismos requisitos que los aspirantes nacionales.

Artículo 21.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, podrá reconocer los créditos por asignaturas cursadas por sus alumnos en un programa académico de otra institución y admitir mediante convenio o en forma individual a los de otras instituciones para cursar determinado número de créditos, siempre que la equivalencia de estudios sea autorizada por la Secretaria de Educación Pública.
El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD no será responsable de los procedimientos y términos de los trámites de revalidación o equivalencias, así como los resultados de estas ni los costos por derechos o cualquier otra contribución que deba pagar el alumno.

Artículo 22.- Al contar con Registro de Validez Oficial en las Licenciaturas y Maestría que ofrece el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, los ciclos escolares o asignaturas cursadas en el mismo son sujetas a ser validadas mediante equivalencia por otras instituciones de educación superior con Registro de Validez Oficial.

Artículo 23.- El alumno podrá optar por el cambio de inscripción de los programas académicos que imparte el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD solicitándolo por escrito, cubriendo el pago de derechos correspondiente y con el dictamen de equivalencia expedido por la Secretaria de Educación Pública.

Capítulo VI
La Evaluación Académica

Artículo 24.- Las evaluaciones tienen por objeto que tanto profesores como alumnos conozcan el grado de avance de conocimientos, habilidades, destrezas y competencias aprendidos a través de las asignaturas del programa educativo, impartidas en un periodo escolar determinado.
Son un proceso de carácter integral, acumulativo, formativo, participativo y de aplicación continua a los alumnos durante el desarrollo de los cursos, por medio del cual se exploran y valoran los avances de su aprendizaje en las diversas etapas de su formación profesional.

Artículo 25.- Las evaluaciones serán parciales (tres para Licenciatura y dos para Maestría). La calificación final será el resultado de promediarlas. El calendario escolar definirá las fechas de las evaluaciones.

Artículo 26.- Los resultados de las evaluaciones parciales para el caso de Licenciatura se expresarán para su registro en una escala del 0 al 10; como sigue:

I. Del 0 (cero) al 5.9 (cinco punto nueve), la calificación numérica respectiva y se tendrá por no aprobado.
II. Del 6 (seis) al 10 (diez), se colocará la calificación numérica respectiva y se tendrá por aprobado.
III. Cuando el alumno no se presentó a su evaluación se escribirá “No Presentó” o “NP” y equivale a 0.

En las evaluaciones parciales, los docentes utilizarán los recursos necesarios que permitan demostrar objetivamente el nivel de conocimientos, habilidades y destrezas de los alumnos.

Artículo 27.- Los resultados de las evaluaciones parciales para el caso de Maestría se expresarán para su registro en una escala del 0 al 10; como sigue:

I. Del 0 (cero) al 7.4 (siete punto cuatro), la calificación numérica respectiva y se tendrá por no aprobado.
II. Del 7.5 (siete punto cinco) al 10 (diez), se colocará la calificación numérica respectiva y se tendrá por aprobado.
III. Cuando el alumno no se presentó a su evaluación se escribirá “No Presentó” o “NP” y equivale a 0.

En las evaluaciones parciales, los docentes utilizaran los recursos necesarios que permitan demostrar objetivamente el nivel de conocimientos, habilidades y destrezas de los alumnos.

Artículo 28.- Las evaluaciones se realizarán en las instalaciones del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, en las fechas establecidas por el calendario escolar.

Artículo 29.- La evaluación extraordinaria se sujetará a los lineamientos que señala este reglamento en el artículo 43 y serán aplicadas al alumno que no apruebe la evaluación ordinaria.

Artículo 30.- Tienen derecho a cada una de las evaluaciones parciales los alumnos que cumplan con los siguientes requisitos:

I. No estén suspendidos del servicio educativo;
II. No estén sujetos a sanción alguna; y
III. Estar al corriente en el pago de colegiaturas;

Artículo 31.- Las faltas de asistencia en que incurra el alumno durante el curso no serán justificadas, a menos que presente carta de trabajo o incapacidad médica (no receta), los casos extraordinarios serán analizados y dictaminados a criterio del Director y/o Coordinador Académico del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD. Justificar la falta no quita el compromiso de entregar tareas ni trabajos de clase, ni tampoco de las obligaciones del pago de colegiaturas del alumno.

Artículo 32.- Las evaluaciones se aplican únicamente en las fechas establecidas para tal efecto en el calendario escolar; bajo ninguna causa dejará de efectuarse alguna evaluación, tampoco se admite que las calificaciones otorgadas en un determinado período tengan validez para otro.

Artículo 33.- Los resultados de las evaluaciones parciales y la respectiva retroalimentación deberán ser dados a conocer por el docente a más tardar cinco días hábiles después de su aplicación o en la clase siguiente.

Se entiende por retroalimentación el momento destinado por el docente para notificar al alumno el resultado de su evaluación parcial y explicarle como la obtuvo, asimismo deberá notificarse el número de faltas acumuladas. Es obligación del alumno asistir a las retroalimentaciones y firmar el acta correspondiente, en caso de existir inconformidad deberá solicitar la revisión de calificación conforme lo previsto por este reglamento en el artículo 45.

Artículo 34.- En el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, las calificaciones parciales se asentarán en las listas que serán entregadas a los profesores por medio de Coordinación Académica.

Artículo 35.- En el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, la calificación final que se asentará en actas será la calificación redondeada.

La entrega de la calificación final para el caso de Licenciatura se realizará al concluir el curso y los resultados se expresarán para su registro en actas en una escala del 5 al 10 en números enteros; como sigue:

I. 5 (cinco) en número. Se tendrá por no aprobado.
II. Del 6 (seis) al 10 (diez), se colocará la calificación numérica entera respectiva en número y se tendrá por aprobado, siempre y cuando cumpla con el 80% de asistencia. En caso de no tener el mínimo de asistencia se tendrá por no aprobado.
III. Los alumnos que se tienen como no aprobados tendrán las opciones del Artículo 37.

Artículo 36.- La entrega de la calificación final para el caso de Maestría se realizará al concluir el curso y los resultados se expresarán para su registro en actas en una escala del 5 al 10 en números enteros; como sigue:

I. Del 5 (cinco) al 7 (siete) en número. Se tendrá por no aprobado.
II. Del 8 (ocho) al 10 (diez), se colocará la calificación numérica entera respetiva en número y se tendrá por aprobado, siempre y cuando cumpla con el 80% de asistencia. En caso de no tener el mínimo de asistencia se tendrá por no aprobado.
III. Los alumnos que se tienen como no aprobados tendrán las opciones del Artículo 37 fracciones II y III.

Artículo 37.- Para acreditar una asignatura el alumno tendrá las siguientes opciones:

I. Puede cursarla de forma ordinaria;
II. Podrá presentar examen extraordinario.
III. Recursar la asignatura.

Capítulo VII

De la Regularización Académica

Artículo 38.- El alumno puede ser debido a su situación escolar, regular o irregular:

I. Se entiende por alumno regular aquel que ha aprobado todas las asignaturas cursadas en periodos escolares anteriores y no existe impedimento reglamentario para cursar el siguiente; y

II. Se define como alumno irregular aquel que al momento de reinscribirse tiene por lo menos una asignatura reprobada en periodos escolares anteriores y no existe impedimento reglamentario para cursar el siguiente.

Artículo 39.- El alumno de Licenciatura que adeude materias de ciclos anteriores, dispondrá de un año para recuperarlas, ajustándose en todo caso a los siguientes aspectos:

I. Ningún alumno será inscrito como irregular en más de tres ciclos consecutivos. El alumno que se encuentre en este caso dispondrá de un año para recuperar las materias que adeude.

II. El alumno podrá también quedar inscrito hasta en tres asignaturas de ciclos anteriores, si las adeuda, para lo cual deberá de observarse lo relativo en el presente reglamento.

III. Cubrir la cuota correspondiente por materia a cursar.

De no cumplir con la regularización en los tiempos establecidos para tal efecto causará baja temporal automáticamente, pudiendo reincorporarse una vez regularizado.

Artículo 40.- El alumno de Maestría que adeude materias de ciclos anteriores, dispondrá de hasta dos cuatrimestres para recuperarlas, ajustándose en todo caso a los siguientes aspectos:

I. Ningún alumno será reinscrito como irregular en más de dos ciclos consecutivos. El alumno que se encuentre en este caso dispondrá de dos cuatrimestres para recuperar las materias que adeude.

II. El alumno podrá también quedar reinscrito hasta en dos asignaturas de ciclos anteriores, si las adeuda, para lo cual deberá de observarse lo relativo en el presente reglamento.

III. Cubrir la cuota correspondiente por materia a cursar.

De no cumplir con la regularización en los tiempos establecidos para tal efecto causará baja temporal automáticamente, pudiendo reincorporarse una vez regularizado.

Artículo 41.- La Regularización estará sujeta a la disponibilidad de horarios, cupos, la oferta curricular y a los criterios que establezca para la apertura de grupos, del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Artículo 42.- El alumno se puede regularizar a través de:

I.- Examen extraordinario.

II.- Recursar la materia.

Artículo 43.- Para el caso del examen extraordinario se estará a las siguientes fracciones:

I. Es aplicable a todas las asignaturas, sólo podrá realizarse si el alumno cursó la asignatura y obtuvo calificación reprobatoria promediada mayor a 5 en Licenciatura y promediada entre 6.5 y 7.4 para Maestría.

II. El alumno deberá cubrir con más del 51% de asistencia a clases, si no cumple el mínimo tendrá que recursar la asignatura.

III. El alumno tendrá que estar al corriente en el pago de colegiaturas.

IV. El alumno no debe adeudar libros en biblioteca ni cualquier apoyo didáctico.

V. El alumno debe cubrir la cuota correspondiente por derecho a examen extraordinario en los periodos establecidos para tal efecto, con lo que obtendrá el formato de examen foliado.

VI. La calificación del examen extraordinario será la que obtenga directamente el alumno sin promediar ninguna otra actividad.

VII. Abarcará el 100% de los contenidos temáticos de la asignatura.

VIII. En el caso de Licenciatura cada alumno podrá acreditar una materia sustentando examen extraordinario hasta en dos ocasiones; en el caso de la Maestría solo tendrá una oportunidad, de lo contrario la materia se tendrá que cursar de nuevo. En casos excepcionales y a criterio de la dirección podrá otorgarse al alumno otra oportunidad.

IX. Para Licenciatura, en un mismo periodo, solo se permite exámenes extraordinarios de hasta tres distintas asignaturas; dispondrá de un año para poder presentar los exámenes extraordinarios, pasado ese término tendrá que recursar la materia.

X. Para Maestría, el alumno dispondrá de dos cuatrimestres para presentar exámenes extraordinarios, pasado ese término el alumno recursará la materia.

XI. El alumno de Licenciatura podrá presentar extraordinarios en un máximo de 10 asignaturas durante toda la carrera. Para el caso de Maestría podrá presentar un máximo de tres extraordinarios durante el grado. En ambos casos al rebasar el número de oportunidades permitido deberá recursar la asignatura que tenga por no aprobada.

XII. En ningún caso los exámenes extraordinarios se podrán utilizar para adelantar asignaturas.

XIII. El alumno será responsable de contactar con anticipación a los profesores correspondientes para platicar sobre los puntos a tratar en el examen, así como acordar fecha y hora de aplicación.

XIV. Los profesores no podrán aplicar ningún examen extraordinario si el alumno no presenta el formato de examen debidamente foliado y sellado por Servicios Escolares.

XV. Para el caso de Licenciatura el examen extraordinario se acredita obteniendo la calificación mínima de 6; En el caso de Maestría la calificación mínima aprobatoria será 9.

Artículo 44.- Para el caso de recursar la materia estará sujeto a las siguientes fracciones y particularidades:

I.- Para Licenciatura el alumno tendrá que recursar:

a) Cuando cursándola por primera vez en forma ordinaria, haya obtenido un promedio menor a 5.
b) Cuando habiéndola cursado por primera vez, no cubre el porcentaje de asistencia del 51%.
c) Cuando agote el número máximo de extraordinarios permitido.
d) Cuando no presente el examen extraordinario en el tiempo concedido para tal efecto.
e) Cuando repruebe en dos ocasiones el examen extraordinario.

Para los incisos a) al c) se tendrá el plazo de un año, los incisos d) y e) se estará a lo que disponga la Coordinación académica.

II.- Para Maestría el alumno tendrá que recursar:

a) Cuando cursando por primera vez una materia en forma ordinaria haya obtenido un promedio menor a 6.5.
b) Cuando no cubra el porcentaje de asistencia del 51% a clases.
c) Cuando agote el número máximo de extraordinarios permitido.
d) Cuando no presente el examen extraordinario en el tiempo concedido para tal efecto.
e) Cuando repruebe el examen extraordinario.

Los tiempos para recursar se considerará lo que disponga la Coordinación Académica de Maestría en cada caso en particular.

Capítulo VIII

De la Revisión de Evaluaciones y la corrección de calificaciones

Artículo 45.- Cuando ocurran errores en actas de evaluaciones parciales o finales que provoquen inconformidad del alumno, deberá solicitar la revisión al Coordinador Académico dentro de los cinco días hábiles siguientes a la entrega de resultados de calificaciones; pasado este plazo no habrá corrección. La revisión se llevará a cabo por el Coordinador Académico y el profesor que al efecto la expidió.

Artículo 46.- Cualquier rectificación de calificación procede si el profesor que la expidió admite error o equivocación al plasmarla. En caso contrario, será respetada la decisión del profesor en la evaluación del alumno.

Artículo 47.- Si el alumno no se presenta a la retroalimentación a que se refiere el Artículo 33 de este ordenamiento, automáticamente perderá el derecho a la corrección de calificaciones.

Capítulo IX

De la Privacidad y Confidencialidad

Artículo 48.- La privacidad y confidencialidad de datos de los alumnos se realizará conforme al aviso de privacidad que firma cada alumno y/o tutor al momento de inscribirse.

Artículo 49.- Se considerará como infracción grave en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, cualquier forma de grabación o difusión de audio, video, fotografía por cualquier forma, medio o tecnología, respecto de alumnos, docentes o personal administrativo y/o de sus datos personales, que tenga por objeto denostar a los integrantes de la comunidad escolar. Se exceptúa de lo anterior si se utiliza para denunciar alguna conducta que sea sujeta a sanción dentro de la propia institución.

Artículo 50.- Se considerará igualmente grave conforme al Artículo anterior cuando el contenido de la grabación o difusión sea de naturaleza violenta, obscena, sexual o bien tenga como fin exhibir, humillar, acosar o agredir al personal administrativo, académico o estudiantil de la escuela.

TÍTULO SEGÚNDO .- Los Planes de Estudio, Modelo Educativo y Personal Académico

Capítulo I
Planes de Estudio y Modelo Educativo

Artículo 51.- Las asignaturas que conforman los planes de estudio del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, están avaladas y autorizadas por la autoridad educativa federal por lo que se ajustan a la normatividad vigente de educación superior.

Artículo 52.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, ofrece estudios a nivel superior en sistema escolarizado.

Artículo 53.- La modificación de los planes de estudio y del mapa curricular será determinada únicamente por el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, previa autorización de la autoridad educativa federal.

Artículo 54.- Para cursar las asignaturas el alumno invariablemente deberá cumplir con la seriación de las materias del plan de estudios.

Artículo 55.- Las asignaturas se deberán cursar de acuerdo con lo que indica el plan de estudios en su mapa curricular para cada periodo escolar. De igual forma los pagos de inscripción, reinscripción o la colegiatura que cubre el alumno en cada periodo escolar no puede modificarse a causa de que el alumno deje de tomar alguna de las clases que correspondan.

Por cada ciclo escolar, en el caso de Licenciatura, el alumno deberá cubrir el pago de inscripción o reinscripción y seis colegiaturas.
Por cada ciclo escolar en el caso de Maestría, el alumno deberá cubrir el pago de inscripción o reinscripción y cuatro colegiaturas.

Artículo 56.- Los períodos escolares tendrán la duración aprobada por la autoridad educativa federal, las asignaturas se cursarán a lo largo de ese período.

Capítulo II

Del Personal Académico

Artículo 57.- Los profesores serán de asignatura y deberán estar titulados en el nivel académico que vayan a impartir clases y/o haber cursado estudios de especialización en dicha área.

Artículo 58.- Son obligaciones del personal académico cumplir con los preceptos que en materia de educación señala la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, actualizar continuamente los conocimientos de las asignaturas que imparte y acatar los lineamientos e instrucciones de las autoridades escolares.

Artículo 59.- Son derechos del personal académico percibir la remuneración correspondiente de acuerdo con lo pactado en el contrato individual de trabajo, ejercer su cátedra con plena autonomía y gozar de los derechos que le concede la normatividad vigente.

Artículo 60.- De conformidad con lo dispuesto por la normatividad en educación y en materia laboral, los académicos podrán ser amonestados o suspendidos de su empleo si incumplen con sus obligaciones que se expresan de forma enunciativa y no limitativa:

I. Respetar en todo momento a los alumnos, docentes y administrativos, tanto en sus bienes como en sus personas evitando el mal trato de palabra o expresión de tipo corporal que agreda a los integrantes de la comunidad escolar.
II. Acatar las disposiciones legales en materia educativa, laboral y de este ordenamiento.
III. Cumplir con sus deberes pedagógicos, debiendo utilizar un lenguaje formal dentro y fuera de clase.
IV. Asistir puntualmente a sus labores docentes y observar conductas acordes a los valores de la institución.
V. Portar documento que lo acredite como docente del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, para ingresar a las instalaciones.
VI. Abstenerse de acudir a las clases acompañado de personas ajenas a la institución, en casos específicos y previa autorización de la Dirección se permitirá el acceso a algún acompañante a las instalaciones, excepto aulas, auditorio y sala de maestros.
VII. No permitir el acceso a personas ajenas a la clase que imparte, incluso tratándose de alumnos de la propia institución.
VIII. Entregar documentación oficial al CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD para probar su calidad docente.
IX. Entregar en la Coordinación Académica su planeación, políticas de clase y formas de evaluar.

X. Aplicar exámenes exclusivamente en los periodos señalados en el calendario escolar oficial y emitir la calificación en las fechas señaladas en el mismo.

XI. Dar retroalimentación oportuna y hacer revisión de examen, recabando la evidencia con firma del alumno.

XII. En los casos en que las evaluaciones se realicen a través de entregas de trabajos, se deberán recibir en horarios de clase y aprovechar el tiempo restante para continuar con el programa o retroalimentar a los alumnos.

XIII. Impartir clase aun cuando los alumnos no presenten tarea o material para trabajar.

XIV. No ingerir sustancias psicotrópicas ni alcohólicas dentro de la institución ni ingresar intoxicado.

XV. Evitar participar en eventos que puedan denigrar al CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

TÍTULO TERCERO.- Bajas de los Alumnos

Capítulo Único

De los tipos y causales de las Bajas

Artículo 61.- Existen dos tipos de bajas ante el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, la baja temporal y la baja definitiva. En ambos supuestos se puede presentar de forma voluntaria por el alumno o determinada por la institución.

Artículo 62.- La baja temporal o definitiva voluntaria por parte del alumno es el trámite formal que éste realiza ante el Director y el área de Control Escolar para separarse del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD y desligarse de los compromisos económicos y académicos contraídos con el mismo. En caso de baja definitiva voluntaria, se cubrirá el costo administrativo estipulado por la institución.

Artículo 63.- La baja temporal o definitiva voluntaria por parte del alumno será mediante el llenado del formato de baja, dirigido al área de Control Escolar dentro de los primeros cinco días naturales de cada mes para hacer el corte de colegiaturas y que no se generen recargos.

Artículo 64.- El alumno podrá solicitar de forma voluntaria su baja temporal, la cual se autorizará una sola vez y hasta por el número de períodos escolares que no excedan el límite de tiempo señalado en este reglamento para concluir sus estudios**.**

Artículo 65.- El trámite de baja temporal o definitiva voluntaria del alumno en un periodo escolar no deslinda a éste de los compromisos económicos contraídos al inicio del mismo, por lo que el alumno que después de concluir su reinscripción decida renunciar a ella, deberá tramitar formalmente su baja y cubrir los adeudos existentes hasta ese momento. Ningún concepto es reembolsable.

Artículo 66.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD devolverá el 100% de inscripción y/o reinscripción si el alumno se da de baja hasta 30 días naturales antes del inicio de cursos. Se devolverá el 50% de la misma si el alumno se da de baja hasta 15 días naturales antes. Transcurrido este periodo no se devolverá ninguna cantidad.

Artículo 67.- No podrá concederse a un alumno la baja de una o de varias asignaturas inscritas en un periodo escolar determinado.

Artículo 68.- En caso de tener adeudo de una colegiatura el alumno no tendrá derecho a examen, en el caso de dos adeudos aun tratándose de conceptos distintos el alumno podrá ser suspendido temporalmente hasta cubrir los adeudos y la colegiatura seguirá corriendo aun cuando no se presente a clases.
Será motivo de baja definitiva cuando el alumno tenga tres adeudos.

Artículo 69.- Dejar de asistir a clases sin tramitar formalmente la baja temporal o definitiva no cancela los compromisos de pago ni obligaciones académicas de los alumnos ante el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, mientras que el alumno no trámite su baja por escrito, se acumularan los compromisos económicos existentes.

Artículo 70.- La baja temporal o definitiva indicada por la institución derivará de alguna infracción señalada en este ordenamiento. También se considera baja temporal cuando el alumno no se reinscriba en el siguiente ciclo escolar ni se presente a clases, aun cuando no exista documento formal.

Artículo 71.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, aplicará la baja temporal o definitiva al alumno, según el caso, por los siguientes motivos que se plasman de forma enunciativa y no limitativa:

I. Incurrir en acciones o conductas que impliquen mal uso de sus derechos o transgresión de sus deberes;

II. Resolución de expulsión emitida por el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, derivado de un procedimiento disciplinario en contra del alumno;

III. No cubrir los requisitos de escolaridad exigidos para su inscripción o reinscripción;

IV. No entregar la documentación oficial requerida, en término de 6 meses a partir del inicio de clases tratándose del trámite de inscripción inicial para el caso de Licenciatura y 4 meses para el caso de Maestría;

V. Haber ejercido el límite de oportunidades de acreditar la misma asignatura por una o varias de las formas autorizadas sin haberlo conseguido.

VI. Comprobar falsedad en los datos o documentos que proporcione o bien que carezcan de validez oficial; y

VII. Cometer cualquier acción u omisión en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD o en donde se realice el servicio social que la escuela considere como infracción grave sujeta a sanción.

Artículo 72.- Los alumnos que hayan sido expulsados (dados de baja de forma definitiva) no podrán volver a inscribirse o reinscribirse en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Artículo 73.- En contra de las causales de baja que prevé este capítulo, podrá interponerse el recurso de inconformidad ante el Consejo Técnico del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Artículo 74.- Para el caso de baja definitiva, el alumno y/o tutor tendrán la obligación de requerir por escrito a esta institución, los documentos que sean de su propiedad y que se encuentren bajo resguardo del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD. Al entregar los documentos correspondientes al alumno y/o tutor firmarán de recibido.

TÍTULO CUARTO .- Derechos, Obligaciones de los Alumnos e Infracciones y Sanciones

Capítulo I

Derechos y Obligaciones de los Alumnos

Artículo 75.- Todos los alumnos del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, sin distinción alguna tendrán los siguientes derechos:

I. Contar con el documento institucional que lo acredite como alumno;

II. Tener libre derecho de reunión y asociación, preservando el orden y no interrumpiendo la impartición de clases en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD,

III. Organizar eventos acordes a su formación dentro de nuestras instalaciones, previa autorización de la Dirección o Coordinación Académica, sobre todo cuando se involucre el nombre e imagen de la escuela.

IV. Utilizar las instalaciones y los recursos materiales del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, para fines académicos y/o recreación, de acuerdo con sus instructivos correspondientes y en los horarios normarles de funcionamiento.

V. Recibir enseñanza y cursar asignaturas con la mayor calidad académica posible, obteniendo una calificación acorde a su desempeño y evaluando cada ciclo escolar al personal docente.

VI. Recibir trato digno y respetuoso por parte de profesores, trabajadores administrativos, compañeros y autoridades de la escuela.

VII. Contar con protocolos claros de atención en caso de acoso, hostigamiento sexual o cualquier tipo de violencia incluido el *bullying*, independientemente de su origen.

VIII. Tener derecho de audiencia ante las instancias competentes de la escuela, la Dirección, Coordinación Académica, el área de Control Escolar y el Consejo Técnico, que se encargarán de resolver el fondo de los procedimientos disciplinarios instaurados en contra de alumnos, en primer y segunda instancia respectivamente, con motivo de la presentación de quejas por parte de alumnos, profesores, personal administrativo o autoridades de la escuela, por la presunta comisión de infracciones.

IX. Recibir oportunamente notificación de los acuerdos que recaigan sobre quejas; así como de las gestiones y resoluciones emitidas por las autoridades educativas oficiales o de la propia Institución que afecten su actividad escolar;

X. Ser informado por las autoridades escolares correspondientes, de todas las actividades académicas, horarios y calendarios para realizar trámites administrativos o económicos dentro de las instalaciones;

XI. Recibir la tira de materias con horarios, docente asignado, aulas y grupo así como el programa de estudios de las diversas asignaturas que cursará según su inscripción o reinscripción;

XII. Conocer los resultados de las evaluaciones realizadas y de los avances de su desempeño académico, siempre que cubra los requisitos establecidos en la legislación interna.

XIII. Todo alumno inscrito podrá contar con una póliza de seguro de accidentes personales, siempre y cuando la cubra con la cuota correspondiente, póliza que amparará únicamente accidentes ocurridos al interior de la escuela e instalaciones de la misma; la póliza operará bajo el contrato que al efecto suscriba la escuela con la compañía aseguradora.

Artículo 76.- Todos los alumnos del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, sin distinción alguna, tendrán las siguientes obligaciones:

I. Cada alumno es responsable de su formación profesional y del aprovechamiento de cada asignatura otorgada por el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

II. Respetar el presente reglamento, así como toda norma interna del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

III. Portar documento que lo acredite como alumno del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD para ingresar a las instalaciones.

IV. Abstenerse de acudir a las clases acompañado de personas ajenas a la institución e incluso de alumnos de otros ciclos escolares, en casos específicos y previa autorización de la dirección se permitirá el acceso a algún acompañante a las instalaciones, excepto aulas, auditorio y sala de maestros.

V. Utilizar un lenguaje formal dentro y fuera de clase, para con sus compañeros, docentes, personal administrativo y toda autoridad escolar.

VI. Efectuar de manera oportuna todos los trámites escolares y cumplir con los pagos, cuotas, costos y/o recargos marcados para los mismos, así como con los tiempos establecidos en el calendario escolar en el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

VII. Cumplir todos los requisitos y actividades fijados en el plan y programa correspondiente.

VIII. Respetar y cumplir con las reglas y normas que cada profesor establezca en el temario de cada asignatura.

IX. Asistir puntualmente al inicio de sus actividades académicas y contar con el 80% de asistencia a clases.

X. Presentar las evaluaciones académicas y los trámites administrativos de acuerdo con los tiempos estipulados.

XI. Evitar la participación en actos o hechos que dañen el correcto desarrollo de las actividades académicas.

XII. Evitar participar en actos que lesionen intereses del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, del personal académico y comunidad en general de forma individual o tumultuosa y violenta, física o moral de tal manera grave que constituyen un prejuicio a la comunidad universitaria.

XIII. Respetar a los docentes, personal administrativo y compañeros en todo momento, así como reportar a la dirección, Coordinación Académica o Control Escolar cualquier conducta que vulnere el respeto mutuo entre los integrantes de la comunidad escolar.

XIV. El alumno será totalmente responsable del cuidado de sus pertenencias sin responsabilidad para la institución.

XV. Hacer buen uso de los muebles, materiales, equipos de cómputo, bibliografía y todo aquel implemento que se usa en apoyo a su formación académica. La conducta contraria a esta fracción trae aparejada como consecuencia que el alumno cubrirá el costo comercial del material dañado o bien su reposición; de no hacerlo se le prohibirá su reinscripción al próximo ciclo escolar;

XVI. Abstenerse de realizar venta de cualquier clase de productos o servicios al interior de la escuela, tales como: bebidas, comida, dulces, artículos de cualquier tipo y similares.

XVII. Sujetarse en la práctica a la ética de cada Licenciatura y Maestría que este cursando;

XVIII. Proporcionar todos los documentos que se le requieran, para acreditar su situación escolar, respondiendo por su autenticidad.

XIX. Es responsabilidad del alumno informar a sus padres o tutores su situación académica y disciplinaria ante la institución.

XX. No ingerir algún tipo de sustancia psicotrópica o alcohólica dentro de las instalaciones ni ingresar intoxicado.

XXI. Evitar realizar publicaciones, videos, comentarios o cualquier comunicación en redes sociales que denigren la imagen del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

XXII. Participar de forma activa en los simulacros estipulados en el calendario de protección civil.

XXIII. Acatar las resoluciones del Consejo Técnico.

Infringir cualquiera de las anteriores disposiciones será motivo para impedir el ingreso del alumno a la institución, hasta que se corrija la infracción.

Los alumnos que sean sorprendidos en comisión por acción u omisión de alguna infracción a los presentes numerales serán retirados del aula o servicio y recibirán una amonestación escrita para su expediente académico, sin perjuicio de cualquier otra sanción que corresponda conforme al presente reglamento.

Capítulo II
De las Infracciones y Sanciones

Artículo 77.- Se consideran infracciones a la disciplina y el orden, por parte de los alumnos o cualquier miembro del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, las siguientes:

I. Faltar al respeto, amenazar o agredir a cualquier miembro del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, por sí o por diversa persona que tenga relación con el involucrado.

II. Sustraer sin autorización cualquier material, equipo, maquinaria o insumo propiedad del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

III. Dañar el material, equipo, maquinaria, mobiliario, instalación, sanitarios o cualquier otra cosa propiedad del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, por imprudencia, negligencia o dolo.

IV. Asistir en estado de ebriedad o bajo los efectos de sustancias psicotrópicas.

V. Vender, proporcionar, ofrecer o consumir bebidas alcohólicas, estupefacientes, o psicotrópicos, o cualquier otra que produzca efectos similares dentro del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

VI. Portar armas de cualquier clase dentro de las instalaciones.

VII. Falsificar o alterar documentos oficiales, académicos o escolares, así como incurrir en plagio académico.

VIII. Obtener de forma ilegítima exámenes o trabajos de evaluación.

IX. Dañar los bienes de los integrantes de la comunidad del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, por sí o por diversa persona que tenga relación con el involucrado.

X. Cometer actos contra la moral, el orden y el respeto dentro del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

XI. Realizar conductas de acoso escolar, acoso sexual y hostigamiento sexual, sea cual sea el origen y en sus diversas modalidades, para esta fracción en específico se tomarán las medidas que señala el capítulo del presente ordenamiento denominado “Protocolo de Actuación ante el Acoso”.

Artículo 78.- Las sanciones a que se harán acreedores los alumnos que incurran en las infracciones señaladas en el Artículo anterior serán las siguientes:

I. Amonestación verbal o escrita.

II. Reposición o sanción pecuniaria consistente en el pago del material o bien propiedad de la escuela que haya sido dañado.

III. Anulación de las calificaciones obtenidas y evaluaciones realizadas fraudulentamente, así como las posteriores en caso de cursos seriados.

IV. Baja temporal de sus derechos escolares.

V. Expulsión y baja definitiva del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Ante la existencia de un posible hecho constitutivo de delito, el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, a través de su Representante Legal y el Director, realizará las acciones que resulten procedentes ante las instancias competentes, conforme a las disposiciones jurídicas aplicables y avisará a la Autoridad Educativa Federal.

Artículo 79.- Las sanciones por las infracciones cometidas por los alumnos serán impuestas por el Director del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, previa y debida investigación y substanciación del procedimiento disciplinario respectivo.

Artículo 80.- Se consideran infracciones leves aquellas acciones espontáneas o deliberadas que el alumno comete, sobre todo en contra de la disciplina;

Por infracciones leves se entiende:

I. Fumar en las áreas no permitidas por la escuela;

II. Asistir o presentarse a la escuela con un aspecto físico y/o vestimenta incongruente con su condición de alumno de Licenciatura o Maestría;

III. Negarse a acatar las indicaciones de las autoridades escolares o del personal de seguridad y vigilancia;

IV. En lo general todo tipo de actitudes o conductas que impliquen un mal uso de sus derechos y/o transgresión de sus deberes;

Artículo 81.- Serán infracciones graves, las reincidencias de infracciones leves que impliquen una actitud deliberada o intencionada por parte del alumno, estando en pleno conocimiento de los antecedentes, las consecuencias de dichas acciones; conductas lesivas a la moralidad y a la imagen de la escuela; así como aquellas acciones deliberadas que atenten contra el patrimonio de la escuela y de la comunidad escolar, que tengan como consecuencia un daño parcial o total que resulte oneroso para los afectados.

Por infracciones graves se entiende de forma enunciativa y no limitativa:

I. Destruir con dolo o apoderarse de algún bien propiedad de la escuela, de su personal administrativo, docente o de otros estudiantes.

II. Tener dentro del espacio escolar conductas que puedan considerarse lesivas a la moralidad de los miembros de la comunidad escolar y a la imagen institucional;

III. Uso inadecuado de equipo, material, así como aquellas acciones que atenten contra el patrimonio de los lugares externos donde los alumnos realicen actividades indicadas por la institución.

IV. Acceder a áreas prohibidas de uso exclusivo de personal administrativo, oficinas administrativas, bodegas, cuartos de servicio, azoteas, casetas de vigilancia, interior del área de cajas, entre otras, así como las que verbalmente le señale el personal docente y/o administrativo, sin autorización expresa.

Artículo 82.- Se consideran infracciones muy graves: todos aquellos actos de deshonestidad plenamente demostrados; introducir, hacer uso o estar bajo los efectos de cualquier tipo de bebidas alcohólicas, drogas y/o sustancias tóxicas en los espacios escolares; portar y/o hacer uso de armas y explosivos en las instalaciones; todo tipo de violencia física, injurias, lesiones, falsos testimonios, calumnias, difamaciones, extorsiones e intimidaciones físicas y psicológicas en contra del personal administrativo, académico, estudiantil, así como de las autoridades de la escuela.

Por infracciones muy graves se entiende de manera enunciativa y no limitativa:

I. Presentar certificados o documentos falsos, así como alterar el contenido de documentos emitidos por la escuela;

II. Efectuar actos de fraude académico como prestar o recibir ayuda fraudulenta en la presentación de exámenes, plagio de trabajos parciales o finales, suplantación o usurpación de identidad en exámenes o cualquier acto que implique una violación a la reglamentación académica;

III. Introducir y en su caso utilizar dentro del espacio escolar cualquier tipo de arma, ya sea de fuego, blanca o contundente;

IV. Introducir, ingerir, consumir ofrecer o proporcionar o estar bajo los efectos de bebidas alcohólicas o cualquier tipo de sustancia tóxica, enervante o psicotrópica en algún espacio escolar o fuera de él, tratándose de clases, prácticas, visitas o eventos extra-aula;

V. Impedir el acceso a la escuela, aulas, bibliotecas, talleres, laboratorios, auditorios o realizar cualquier acto que tienda a limitar el libre ejercicio de las funciones o instalaciones de la escuela;

VI. Usar violencia física, psicológica o verbal en perjuicio de los integrantes de la comunidad escolar o de persona extraña a la Institución que se encuentre dentro de la misma o en eventos extra-aula;

VII. Poner en peligro su integridad física y la de los miembros de la comunidad escolar en escenarios internos y externos;

VIII. Cometer cualquier acción u omisión en la institución en donde se realicen prácticas y servicio social que se considere como infracción grave de acuerdo con este reglamento; y

IX.- Todas las conductas de acoso escolar, acoso y hostigamiento sexuales, sea cual sea el origen y en sus diversas modalidades.

Serán motivo de baja definitiva las anteriores infracciones.

Artículo 83.- Cuando algún alumno considere que han sido violados sus derechos establecidos en el presente ordenamiento, podrá presentar queja en contra de la(s) persona (s) y actos a los que atribuya dichas violaciones, en primera instancia ante la dirección y en segunda instancia ante el consejo técnico.

Capítulo III

De las Quejas y del Procedimiento Disciplinario

Artículo 84.- Los alumnos podrán interponer quejas en contra de otros alumnos, profesores, personal administrativo o autoridades del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD; por la presunta comisión de las infracciones que establece el presente reglamento escolar, las quejas serán substanciadas mediante el procedimiento que señala este capítulo.

Artículo 85.- Toda queja deberá ser presentada de manera verbal o por escrito ante el Director o Coordinación Académica al momento de los hechos o a más tardar dentro de los 3 días hábiles siguientes a la presunta infracción. El quejoso deberá presentar con la queja o al momento de la audiencia que señala este capítulo, los medios probatorios con lo que cuente.

Artículo 86.- Toda queja presentada fuera del término mencionado será, considerada extemporánea y de difícil investigación y demostración, a menos que los medios probatorios versen sobre fotografía, video o audio, donde de manera indubitable se exponga al responsable cometiendo la infracción, lo que será considerado como flagrancia; o bien si las acusaciones fueren aceptadas libre y espontáneamente por el presunto infractor al ser cuestionado informalmente sobre los hechos que se le acusan, lo que constituirá confesión expresa.

Artículo 87.- Las quejas también podrán ser interpuestas por profesores, personal administrativo o autoridades de la escuela en contra de los alumnos por la presunta o probable infracción señalada en el presente reglamento escolar.

Artículo 88.- Los conflictos que se presenten o susciten entre profesores y/o personal administrativo serán resueltos administrativamente y de manera interna por el Coordinador Académico o la Dirección.
El Coordinador Académico podrá presentar quejas únicamente por caso de flagrancia, las que en tal supuesto serán resueltas por la Dirección.

Artículo 89.- Las quejas presentadas serán turnadas en primera instancia al área de Coordinación Académica y motivarán la instauración de un Procedimiento Disciplinario en contra del presunto o presuntos infractores, registrándose en la bitácora de quejas, asignándole un número de expediente para ser substanciado por dicha área siguiendo las formalidades esenciales del procedimiento y en pleno cumplimiento de los Derechos Humanos de las partes involucradas, como son los de equidad procesal, garantía de audiencia, principio de inocencia, legalidad, seguridad jurídica, imparcialidad, privacidad, confidencialidad y justicia pronta y expedita.

Artículo 90.- El Procedimiento Disciplinario consta de las siguientes etapas:

a) Presentación de queja verbal o escrita.
b) Registro en bitácora y acuerdo de inicio de expediente o de solución inmediata a la queja.
c) Asignación de número de expediente, para el seguimiento de queja.
d) Notificación del procedimiento disciplinario al Quejado, Quejoso y asignación de fecha de audiencia para desahogo de pruebas y alegatos.
e) Audiencia y levantamiento de acta.
f) Emisión de resolución por el Director.

Para el caso del inciso e) son partes de la audiencia: el Quejoso, el Quejado, el Director y en casos excepcionales se les dará parte a los padres o tutores de los involucrados, siempre que su intervención coadyuve a resolver la problemática que existe. Si intervienen menores de edad en la audiencia siempre contaran con la presencia de sus padres o tutores.

Artículo 91.-Podrán las partes en la audiencia tener réplica y contra réplica y ofrecer las pruebas con las que cuenten.

Artículo 92.- Si los involucrados no se presentaran en la fecha y hora indicada para el desahogo de la audiencia perderán su derecho a manifestarse y deberán acatar la resolución emitida por el Director.

Artículo 93.- Una vez concluida la audiencia, el expediente quedará a disposición del Director para que emita la resolución respectiva, la que deberá contener mínimamente los siguientes elementos:

a) Datos de identificación del expediente y las partes.
b) Desarrollo de los hechos.
c) Resultado de la audiencia.
d) Consideraciones y puntos resolutivos.

Artículo 94.- El procedimiento disciplinario tendrá carácter sumario, debiendo emitirse resolución por el Director y/o Coordinador Académico en un término de tres días hábiles. Dicha resolución será notificada por escrito a los involucrados y se levantará constancia.

Capítulo IV
Del Recurso de Inconformidad y la instancia competente

Artículo 95.- En contra de las sanciones impuestas por las infracciones que prevé el presente ordenamiento y resoluciones del procedimiento disciplinario, los alumnos podrán interponer el recurso de inconformidad ante el Consejo Técnico; instancia que estará integrada por el Director General, Director Académico, Director Administrativo, Coordinador Académico, Coordinador de Control Escolar y un docente.

Artículo 96.- El alumno deberá presentar por escrito el recurso de inconformidad, en un término máximo de 3 días hábiles a partir del acto de notificación de la sanción impuesta o del procedimiento disciplinario.

Artículo 97.- El recurso deberá ser presentado expresando los agravios respectivos, ante el Coordinador Académico quien deberá turnarlo al Consejo Técnico en un término máximo de 3 días hábiles.
Por ningún motivo serán turnados a esta instancia casos de índole económica.

Artículo 98.- La sanción aplicada al alumno permanecerá vigente mientras el Consejo Técnico no emita su fallo, sin embargo y a consideración del Consejo Técnico se podrá otorgar la suspensión de la sanción.

Artículo 99.- En la resolución del recurso de inconformidad que emita el Consejo Técnico deberán considerarse todos los elementos que obren en el expediente del Procedimiento Disciplinario o de la sanción a la infracción del cual se deriva el recurso.

Artículo 100.- El Consejo Técnico emitirá su resolución en un término de 3 días hábiles, a partir de su recepción y lo notificará a las partes involucradas a la brevedad posible. Dicha resolución no admite recurso alguno.

TÍTULO QUINTO.- Requisitos y opciones de Titulación

Capítulo I .- Del Egreso

Artículo 101.- La titulación es el proceso que tiene como objetivo la obtención de un nivel académico y sitúa al alumno en una experiencia determinante para su formación y que permite a la institución constatar y valorar en conjunto los conocimientos generales del sustentante y que éste demuestre su capacidad académica.

Artículo 102.-En el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, para el caso de la Licenciatura, tendrán la calidad de pasante el alumno que haya cubierto el 100% de los créditos del programa académico y concluido el requisito del servicio social.

Artículo 103.- El alumno que haya cubierto el total de los créditos del programa académico de Licenciatura, cumplido el servicio social y concluido su opción de titulación tendrá el carácter de egresado. Para el caso de Maestría, deberá cubrir el total de créditos y concluir su opción de titulación.

Artículo 104.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, ofrece a los alumnos que hayan cubierto la totalidad de los créditos de Licenciatura y/o Maestría, opciones de titulación, que se describen en los siguientes Artículos.

Artículo 105.- Para obtener el Título Profesional de Licenciatura, será necesario:

I. Haber cursado y aprobado la totalidad de créditos del programa educativo.
II. Haber prestado el servicio social.
III. Acreditar alguna de las opciones de titulación a que se refiere el presente reglamento.
IV. Realizar de forma oportuna el pago de derechos correspondiente.
V. No tener alguna sanción académica en activo o estar suspendidos en sus derechos; y
VI. Las demás que establezca de forma incidental la dirección del plantel previo aviso a los alumnos.

Artículo 106.- Para obtener el grado de Maestría, será necesario:

I. Haber cursado y aprobado la totalidad de créditos del programa educativo.
II. Acreditar alguna de las opciones de titulación a que se refiere el presente reglamento.
III. Realizar de forma oportuna el pago de derechos correspondiente.
IV. No tener alguna sanción académica en activo o estar suspendidos en sus derechos; y
V. Las demás que establezca de forma incidental la dirección del plantel previo aviso a los alumnos.

Artículo 107.- Las opciones de titulación para el caso de Licenciatura son las siguientes:

I. Tesis: el alumno postulante deberá sustentar su proyecto de tesis a través de un examen profesional ante tres sinodales.

II. Seminario de titulación, el alumno tendrá que cursar el seminario de titulación y aprobarlo.

III. Estudios de posgrado, el alumno tendrá que haber cubierto los créditos correspondientes y que dichos estudios tengan relación directa al área de conocimientos de su Licenciatura.

IV. Por experiencia profesional, se requiere que acredite la competencia y sustentar una réplica de examen profesional

Artículo 108.- Las opciones de titulación para el caso de Maestría son las siguientes:

I. Tesis, el alumno postulante deberá sustentar examen profesional ante tres sinodales.

II. Proyectos artísticos, exposición colectiva o individual bajo investigación tipo tesina. Los lineamientos específicos de esta opción serán revisados por el Director o Coordinación Académica de Maestría. Esta opción aplica para la Maestría en Diseño Gráfico e Ilustración.

III. Titulación automática con promedio general de 9.5.

IV. Proyecto de Titulación durante la Maestría.

Capítulo II

Requisitos para solicitar la expedición de Constancias Certificados de Estudios, Parciales o Totales, Títulos y Grados.

Artículo 109.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, tendrá formatos prestablecidos para facilitar al alumno la solicitud de cualquiera de los siguientes documentos siempre y cuando haya cumplido con los requisitos en cada caso.

I. Constancia de estudios.
II. Certificado de estudios parcial.
III. Certificado de estudios total.
IV. Títulos; y
V. Grados.

Artículo 110.- El alumno debe pagar en servicios escolares el trámite correspondiente y presentar el recibo de pago en Control Escolar, donde se iniciará el trámite. El tiempo de respuesta dependerá de la autoridad educativa federal.

Artículo 111.-Trantandose de la constancia de estudios es requisito indispensable estar inscrito o reinscrito, según el caso, al ciclo escolar para el cual se solicita.

TÍTULO SEXTO.- De las Becas y el Servicio Social

Capítulo I

Reglas para el otorgamiento de Becas, de conformidad con lo establecido por la normatividad en la materia

Artículo 112.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, otorgará un mínimo de becas, equivalente al cinco por ciento del total de alumnos inscritos en planes de estudio con Registro de Validez Oficial, las cuales distribuirá según el presente reglamento y su otorgamiento o renovación no podrá condicionarse a la aceptación de ningún crédito, gravamen, servicio o actividad a cargo del becario.

Artículo 113.- Las becas consistirán en la exención del pago total o parcial de las cuotas de inscripción y colegiaturas que haya establecido el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD; quedarán excluidas del 5% a que se refiere el acuerdo 17/11/17 de la SEP, las becas que se concedan a docentes, trabajadores y a los familiares de éstos y de los miembros del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

Artículo 114.- La autoridad del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, responsable de coordinar la aplicación y vigilar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en materia de becas, será la Dirección y el área de Control Escolar.

Las anteriores autoridades escolares serán las encargadas de emitir la oportuna convocatoria sobre el otorgamiento de becas, misma que deberá incluir:

I. Requisitos a cumplir por parte de los solicitantes;
II. Tipos de beca a otorgar;
III. Plazos de entrega y recepción de los formatos de solicitud de becas;
IV. Plazos, lugares y forma en que deben realizarse los trámites;
V. Formas en que se efectuarán los estudios socioeconómicos, los cuales podrán realizarse por el propio CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, o por un tercero;
VI. Lugares donde podrán realizarse los estudios socioeconómicos, en su caso;
VII. Procedimiento para la selección, asignación y entrega de resultados;
VIII. Condiciones para la conservación, renovación y, en su caso, supuestos para la cancelación de becas, y
IX. Forma y plazos para que los aspirantes que no obtengan la beca presenten su inconformidad.

Artículo 115.- Serán considerados para el otorgamiento de una beca quienes:

I. Sean alumnos del plantel y estén inscritos en un plan y programa de estudio con registro de validez oficial;

II. Cumplan con los requisitos establecidos en la convocatoria respectiva;

III. Presenten la solicitud de beca en los términos y plazos establecidos en la convocatoria emitida por el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD y anexen la documentación comprobatoria que se señale en la misma;

IV. Tengan el promedio general de calificaciones mínimo que establezca la convocatoria;

V. Comprueben, en su caso, que, por su situación socioeconómica, requieren la beca para continuar o concluir sus estudios, y

VI. Cumplan con la conducta y disciplina establecida en el reglamento escolar.

Para el otorgamiento de becas se dará preferencia, en condiciones similares, a los alumnos que soliciten renovación, procurando siempre el enfoque de inclusión y equidad. La beca se otorgará tomando en cuenta el costo total de colegiatura, si el alumno cuenta con beneficio de descuento por la aplicación de un convenio o cualquier otro motivo, no se podrá acumular ni aplicar la beca a ese descuento.

Artículo 116.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, distribuirá gratuitamente en sus instalaciones o en su caso, a través de su página electrónica, los formatos de solicitud de beca de acuerdo con sus calendarios y publicará la convocatoria en los términos establecidos en este ordenamiento.

Artículo 117.- En el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, ninguna autoridad escolar realizará cobro alguno a los solicitantes de beca por concepto de su tramitación y, en su caso, otorgamiento.

Artículo 118.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, notificará a los interesados los resultados de la asignación de becas, conforme a lo establecido en la convocatoria respectiva. Las becas tendrán una vigencia igual al ciclo escolar completo. No podrán cancelarse durante el ciclo para el cual fueron otorgadas, salvo en los casos previstos en el presente capítulo.

Artículo 119.- A los alumnos que resulten seleccionados como becarios les deberán reintegrar en el porcentaje que les hayan sido otorgadas las becas, las cantidades que de manera anticipada hubieran pagado por concepto de inscripción y/o colegiaturas en el ciclo escolar correspondiente. Dicha bonificación, será efectuado por el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, mediante compensación para las subsecuentes colegiaturas.

Artículo 120.- Los aspirantes a beca que se consideren afectados, podrán presentar su inconformidad por escrito ante el Coordinador Académico o ante el área de Control Escolar, en la forma y plazos establecidos en la convocatoria que éste emita, conforme a lo establecido en el presente reglamento.

Artículo 121.- Las becas no podrán ser canceladas por el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, salvo en los casos previstos en el presente reglamento, en la convocatoria que se emita, o cuando el alumno:

I. Haya proporcionado información o documentación falsa para su obtención;
II. No cumpla con las asistencias requeridas en un mes, sin que medie justificación alguna;
III. No conserve el promedio general de calificaciones mínimo establecido en la convocatoria respectiva;
IV. Incurra en conductas contrarias a este reglamento;
V. Renuncie expresamente a los beneficios de la beca;
VI. Suspenda sus estudios; o
VII. La falta de pago de colegiaturas.

Artículo 122.- El CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, resguardará, al menos durante el ciclo escolar para el cual se otorguen las becas y el inmediato siguiente, los expedientes integrados de los alumnos solicitantes y beneficiados con las becas, a fin de que puedan ser inspeccionados por la autoridad educativa federal.

Capítulo II

Requisitos para la Prestación y Liberación del Servicio Social

Artículo 123.- EL CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, regula en el presente instrumento la prestación, acreditación y liberación del servicio social de sus alumnos de Licenciatura, quienes tienen que observar de forma obligatoria lo aquí estipulado a partir de su inscripción a la institución. Se regirá conforme lo dispuesto en la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones, su reglamento, así como por las leyes aplicables.

Artículo 124.- Los alumnos de Licenciatura del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, deben realizar el servicio social poniendo sus conocimientos y destrezas.

Artículo 125.- Las actividades para acreditar el servicio social en cuanto a su duración no pueden ser menores de 480 horas y debe desempeñarse en un periodo no menor de seis meses, todos los alumnos del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, para poder realizar el servicio social deberán haber cubierto el 70% del total de los créditos de la Licenciatura.

Artículo 126.- Es responsabilidad del alumno y de carácter obligatorio realizar el servicio social y cumplir con el procedimiento establecido en Control Escolar para obtener el Título Profesional.

TITULO SÉPTIMO.- Del Acoso

Capítulo único

Protocolo de Actuación ante el Acoso

Artículo 127.- El presente capítulo es el protocolo de actuación que debe seguir la autoridad escolar, es decir, el Director, la Coordinación Académica, el área de Control Escolar y en su caso el Consejo Técnico ante una solicitud de intervención por acoso escolar, acoso u hostigamiento sexuales. La intervención debe ser rápida, urgente y efectiva y con un alto grado de confidencialidad.

Artículo 128.- Las definiciones de acoso escolar, acoso sexual y hostigamiento sexual serán tomadas con sus diversas particularidades pero para efectos de contar con un lineamiento claro para el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, será de forma enunciativa y no limitativa un continuo y deliberado maltrato verbal, físico y/o psicológico por parte y/o en contra de uno o varios integrantes de la comunidad escolar con el objeto de someter, apocar, asustar, amenazar o atentar contra la dignidad y el óptimo estado psicomental. No pasa desapercibido que la intervención de la autoridad debe lograr en primer término prevenir y no permitir la conducta o en su caso detenerla lo más pronto posible.

Artículo 129.- El acoso escolar, acoso sexual u hostigamiento sexual, puede manifestarse con alguna de las siguientes conductas que se señalan de forma enunciativa y no limitativa: comportamientos de desprecio y ridiculización, coacciones, agresiones físicas y/o verbales, comportamiento de intimidación y amenaza, comportamiento de exclusión, marginación social, y ninguneo, robos, extorsiones, chantajes y deterioro de pertenencias, utilización de internet, mensajes de móviles, correo electrónico, difusión de imágenes, etc.

Artículo 130.- Cualquier miembro de la comunidad escolar, es decir, alumnos, personal docente, personal administrativo o autoridades escolares que tengan conocimiento de una posible situación de acoso escolar, acoso sexual u hostigamiento sexual deben ponerla en conocimiento del Director, Coordinación Académica, Control Escolar o del Consejo Técnico, quienes de inmediato abrirán expediente de investigación y designaran un equipo de valoración y un tutor especial de entre sus integrantes quien dará puntual seguimiento del expediente hasta su conclusión.

Artículo 131.- El equipo de valoración y el tutor especial deberán de inmediato, realizar una valoración inicial de la situación, recabar la información a través de entrevistas total y absolutamente confidenciales, implantar

medidas preventivas de protección a la presunta víctima y verificar la información. Las posibles entrevistas serán según cada caso en particular, de la presunta víctima, testigos y finalmente con el presunto agresor.

Artículo 132.- El equipo de valoración emitirá un informe con sus hallazgos, y sus recomendaciones. El Director deberá por su parte acatar las recomendaciones y según la gravedad del caso interponer las denuncias correspondientes.
A la Par de este procedimiento de actuación y cuando obren pruebas suficientes para determinar la comisión de la infracción por parte del presunto acusado, se abrirá un Procedimiento Disciplinario en contra del mismo, donde en su caso se le impondrá la sanción respectiva.

Artículo 133.- A este respecto se realizarán campañas de prevención y sensibilización de la comunidad escolar del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD

Artículo 134.- La confidencialidad del expediente debe ser respecto a los involucrados, no respecto a los riesgos y situaciones que sean de utilidad de la comunidad escolar para no repetir ningún caso que se presente.

TÍTULO OCTAVO.- Vigencia del Reglamento

Capítulo único

Vigencia y Publicidad del Reglamento

Artículo 135.- La vigencia del presente reglamento será permanente mientras el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, imparta educación de nivel superior. La revisión y actualización de este ordenamiento, será continua con el debido aval de la autoridad educativa federal.

Artículo 136.- El presente ordenamiento será entregado a los alumnos de forma física al realizar su inscripción recabando la constancia correspondiente y estará disponible para su consulta en el área de Control Escolar, la Dirección y de forma electrónica en la página web del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD.

TRANSITORIOS

PRIMERO. - Publíquese en la página electrónica del CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, y téngase a la vista de los alumnos en el área de Control Escolar y en la Dirección.

SEGUNDO. - El presente reglamento entrará en vigor el día de su aprobación por la autoridad educativa federal.

TERCERO. - La vigencia y actualización del presente ordenamiento será continua.

CUARTO.- Cuando ocurra un cambio en los planes de estudio de Licenciatura o Maestría, los alumnos del anterior plan que no concluyan sus estudios a más tardar con la última generación del plan en liquidación, dispondrán de un plazo máximo de dos años para acreditar las asignaturas que tengan pendientes, de lo contrario se les incorporará en la carrera equivalente del nuevo plan; esto siempre y cuando aún estén dentro del plazo establecido para concluir la carrera, de acuerdo a lo que se indica en este reglamento.

QUINTO. - Todo aquello no previsto en el presente ordenamiento será resuelto por el Director del plantel y se incluirá en la revisión que periódicamente se haga de este instrumento.

SEXTO.- Además de lo previsto en el presente reglamento, el CENTRO UNIVERSITARIO DE MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD, emitirá los reglamentos que apliquen en actividades específicas que así lo ameriten.

Dado en Naucalpan de Juárez, Estado de México, enero 2020.