

**CÓDIGO DE ÉTICA ESTUDIANTIL**

**LICENCIATURA EN MARKETING DIGITAL**

**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE  
CHIAPAS**

## **Estructura del Código de Ética Estudiantil**

### **TÍTULO I**

#### **De los Principios**

##### **CAPÍTULO I**

**Disposiciones Generales**

##### **CAPÍTULO II**

**Principios Éticos de los Estudiantes**

##### **CAPÍTULO III**

**Principios Éticos de los docentes, tutores, asistentes técnicos y directivos.**

### **TÍTULO II**

#### **De los Órganos Competentes**

##### **CAPÍTULO I**

**De la Coordinación de la Licenciatura en Marketing Digital y el Consejo Plural de Deliberación**

##### **CAPÍTULO II**

**De la Denuncia y su Formalidad**

### **TÍTULO III**

#### **Disposiciones Finales**

##### **CAPÍTULO ÚNICO**

**De las Previsiones**

### **TRANSITORIOS**

El presente Código de Ética de los y las Estudiantes de la Licenciatura en Marketing Digital de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, surge de la necesidad, la reflexión y el esfuerzo por aplicar algunos de los valores que dan sustento a la Licenciatura en Marketing Digital por tratarse de una carrera en modalidad virtual.

Este Código de Ética busca ofrecer principios claros, con el fin de promover el respeto, la honestidad y la responsabilidad de los y las estudiantes y que estos principios constituyan una guía en la toma de decisiones presente y futura, en los ámbitos estudiantil, profesional y personal.

Es importante destacar que este Código de Ética complementa la normatividad vigente en nuestra Universidad y no la sustituye.

Este documento contiene los compromisos que asumen las y los estudiantes con la Institución, con las personas, con los grupos e instancias con quienes mantienen una relación sistemática y con la sociedad en su conjunto.

Son valores morales fundamentales de la Licenciatura en Marketing Digital de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, la honorabilidad, honestidad, responsabilidad, justicia, tolerancia, lealtad y solidaridad que todos quienes forman la Comunidad Educativa deben tener, incluyendo sus estudiantes, autoridades, docentes, tutores, personal administrativo y trabajadores en general.

Por lo anterior, todo estudiante perteneciente a la Licenciatura en Marketing Digital de esta Universidad, deberá conducirse en cumplimiento de los principios éticos siguientes:

# CÓDIGO DE ÉTICA ESTUDIANTIL

## DE LA LICENCIATURA EN MARKETING DIGITAL

### TÍTULO I

#### De los Principios

### CAPÍTULO I

#### Disposiciones Generales

**Artículo 1.-** El presente Código de Ética tiene por objeto fijar los valores y principios en la Licenciatura en Marketing Digital de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas y establecer en función a ellos, pautas de conducta que deberán ser cumplidas por todos los estudiantes en el entorno virtual del aprendizaje, incluyendo a las y los docentes, tutores, asistentes técnicos y directivos.

**Artículo 2.-** Constituye la finalidad del presente Código: promover entre las y los estudiantes el fortalecimiento de actitudes y prácticas de convivencia fraternal, pacífica y armónica.

**Artículo 3.-** Las normas contenidas en este Código son obligatorias y la enumeración de las conductas de acción exigidas son meramente enunciativas.

**Artículo 4.-** En la interpretación de las normas de este Código, se tendrán en cuenta, la finalidad de las mismas y la equidad, siempre en relación con los valores morales, en el marco del respeto de los derechos individuales, las normas que regulan a nuestra Universidad y las garantías constitucionales vigentes.

## CAPÍTULO II

### Principios Éticos de los Estudiantes

**Artículo 5.-** Son principios éticos que los y las estudiantes de la Licenciatura en Marketing Digital deben respetar en sus acciones como tales:

**I.- Honestidad:** No plagiar, no mentir, ni apropiarse en forma alguna de cualquier tipo de información, documento o trabajo. Deben mantener en reserva cualquier información sobre trabajos de procesos, foros, exámenes y cualquier otra evaluación de carácter confidencial.

Evitar que su conducta esté en conflicto de interés con su vida personal y su desempeño académico.

**II.- Respeto:** Cuidar la integridad y la honra de las personas que conforman la Licenciatura en Marketing Digital, incluyendo docentes, tutores, asistentes técnicos y directivos.

**III.- Sentido de Justicia:** Buscar y aceptar el equilibrio y la verdad en las decisiones personales y de los demás; aceptar la distribución de deberes y derechos entre las y los miembros de la Licenciatura en Marketing Digital; respetar el orden jurídico establecido; no desarrollar actividades de proselitismo, propaganda político partidista o religiosa en los foros de comunicación y en los procesos de aprendizaje establecidos en la Plataforma Educativa.

Actuar siempre en cumplimiento de las leyes y normas que regulan la vida institucional de la Universidad y respetar el presente Código de Ética.

**IV.- Solidaridad:** Colaborar con quien lo necesite, a través de acciones desinteresadas en beneficio de otros y de objetivos y proyectos de interés común.

**V.- Tolerancia:** Aceptar a los demás como son, con sus defectos y cualidades; respetar su integridad personal y opiniones vertidas en los foros de comunicación, en los debates y actividades de aprendizaje de la Plataforma Educativa, entendiendo que la diversidad enriquece a toda la comunidad a distancia; no realizar actividades discriminatorias de ningún tipo, sean de carácter racial, político y/o religioso.

**VI.- Responsabilidad:** De sus actos, de que la información suministrada en el cumplimiento de sus actividades de aprendizaje sea completa, veraz, precisa, oportuna y con fiel cumplimiento del presente Código.

Actuar con compromiso, madurez, responsabilidad y puntualidad en las convocatorias universitarias tales como: Actividades de Capacitación para las y los Estudiantes y en todos los actos en los que participen de forma académica y social.

Informar en tiempo y forma a la Coordinación de la Licenciatura en Marketing Digital toda información que concierne o viole el presente Código de Ética.

**VII.- Lealtad:** Ser consecuentes con los principios de la Universidad y colaborar con la Institución y sus autoridades en caso de requerir su intervención para aclarar cualquier investigación y sumario de violación al Código de Ética vigente.

### CAPÍTULO III

#### **Principios Éticos de los docentes, tutores, asistentes técnicos y directivos.**

**Artículo 6.-** Son principios éticos de las y los docentes, tutores, asistentes técnicos y directivos de la Licenciatura en Marketing Digital:

**I.- Vocación:** Sentido de entusiasmo, compromiso, servicio, confianza en el poder de la educación e interés genuino en la formación del estudiante.

**II.- Competitividad:** Calificado en la materia de su especialidad, con el objetivo de mejorar la calidad académica, que signifique un beneficio en la perfectibilidad del ser humano.

**III.- Capacidad:** Cumplir su función en el desempeño y desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, difundir sus ideas y conocimientos de forma eficiente y eficaz.

**IV.- Responsabilidad:** Planear oportunamente el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje en el entorno virtual a través de estrategias didácticas creativas apegado a la normativa institucional

**V.- Decoro:** Observar siempre una actitud honesta y digna en su proceder, en cualquier ambiente en donde se desempeñe, por la imagen que proyecta hacia los estudiantes y por su calidad de formador.

**VI.- Prudencia:** Actuar siempre con cautela y de una manera adecuada, reflexionando y considerando siempre los efectos que pueden producir las palabras y acciones en las personas, frente a las situaciones ordinarias de la vida.

**VII.- Eficiencia:** Tener la disposición de desarrollar la totalidad de los contenidos de los programas establecidos para las asignaturas o unidades de aprendizaje y cumplir los objetivos establecidos en los mismos, implementando nuevos métodos en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la modalidad a distancia, que ayuden a mejorar el rendimiento académico de los estudiantes.

**VIII.- Lealtad y colaboración:** Ser leal a la Universidad, mantener un sentido de colaboración con los y las autoridades, docentes y estudiantes, demostrando comprensión y tolerancia en sus relaciones interpersonales.

**IX.- Abstención en su actuar:** No hacer declaraciones o suscribir documentos, para los cuales no esté expresa y legalmente autorizado.

**X.- Idoneidad:** Tener la certeza y confianza que sus conocimientos generales y particulares le permitirán desempeñar eficazmente su labor docente, para garantizar la excelencia académica.

**XI.- Tolerancia:** Permitir opiniones o conductas que son distintas o contrarias a las propias, respetar las ideas de otras personas.

**XII.- Preocupación permanente por el fortalecimiento de la personalidad moral de sus estudiantes:** Desarrollar su conciencia y juicio moral; su autoconocimiento, la empatía y la perspectiva social, los valores morales y sus sentimientos, de manera que quienes egresen de nuestra institución, tengan aquellos hábitos y virtudes que la sociedad espera de ellos y valora como un real aporte a su bienestar.

## TÍTULO II

### De los Órganos Competentes

#### CAPÍTULO I

##### De la Coordinación de la Licenciatura en Marketing Digital y el Consejo Plural de Deliberación

**Artículo 7.-** La Coordinación de la Licenciatura en Marketing Digital, será el órgano encargado de controlar el fiel cumplimiento de las normas disciplinarias y éticas de esta licenciatura, así como de dar cumplimiento al presente Código de Ética, previa investigación y cumplimiento de las garantías del debido proceso.

**Artículo 8.-** La Coordinación de la Licenciatura en Marketing Digital, como el órgano garante del cumplimiento del presente Código de Ética, podrá convocar a las y los docentes y estudiantes que considere pertinentes, con la finalidad de

crear un Consejo Plural de Deliberación para los casos de atención sobre el cumplimiento e incumplimiento del presente Código de Ética.

**Artículo 9.-** Las y los miembros del Consejo Plural de Deliberación son responsables de guardar absoluta reserva y confidencialidad respecto a los acuerdos y decisiones tomados en cumplimiento de sus funciones.

**Artículo 10.-** Las funciones del Consejo Plural de Deliberación son:

I.- Llevar a cabo los procesos administrativos disciplinarios luego de las investigaciones por faltas graves de los estudiantes.

II.- Recibir las denuncias.

III.- Citar por escrito a la o las personas, objeto de la investigación, especificando lugar, fecha, hora y cargos atribuidos para su correspondiente desahogo.

IV.- Evaluar los documentos y pruebas presentadas.

V.- Escuchar a las o los testigos en los casos que se requieran.

VI.- Emitir la determinación debidamente fundada absolviendo o responsabilizando a la o las personas e imponiendo las sanciones disciplinarias que correspondan.

**Artículo 11.-** Las y los miembros del Consejo Plural de Deliberación, se abstendrán de intervenir en los casos siguientes:

I.- Si algún miembro designado en el Consejo, es parte de los sucesos que se analizan.

II.- Si algún miembro designado en el Consejo, tiene algún interés en el pleito o es testigo en el proceso.

## CAPÍTULO II

### De la Denuncia y su Formalidad

**Artículo 12.-** Todo integrante de la Licenciatura en Marketing Digital, directamente agraviada, podrá denunciar por violación de las normas disciplinarias y/o éticas previstas en este Código.

**Artículo 13.-** La denuncia será presentada por escrito ante la Coordinación de la Licenciatura en Marketing Digital, misma que turnará al Consejo Plural de Deliberación. El escrito de denuncia deberá contener:

- I.- La indicación de los nombres y apellidos del denunciante y del denunciado.
- II.- La explicitación clara, concreta y circunstanciada de los hechos relativos al caso.
- III.- La enunciación de las normas éticas de este Código violadas por el denunciado.
- IV.- La presentación de los documentos y demás elementos de juicio relacionados con la denuncia.
- V.- La firma del denunciante.

**Artículo 14.-** El Consejo Plural de Deliberación desestimará la denuncia cuando no reúne los requisitos establecidos en el artículo que antecede.

**Artículo 15.-** Admitida la denuncia por el Consejo Plural de Deliberación, éste dispondrá para realizar las investigaciones pertinentes. La investigación se desarrollará de acuerdo con los principios que hacen al debido proceso, hallándose facultado el Consejo para determinar de acuerdo a la naturaleza del

caso. La determinación deberá concluir en un plazo no mayor de treinta (30) días hábiles contados a partir de la fecha de admisión de la denuncia.

**Artículo 16.-** El Consejo Plural de Deliberación notificará al denunciado con todos los documentos presentados en un término de tres (3) días hábiles.

**Artículo 17.-** El denunciado deberá contestar la notificación y presentar todas las pruebas que tuviere en su poder.

**Artículo 18.-** Las partes pueden proponer testigos. La cantidad de los mismos no podrá exceder de dos (2) por cada parte.

**Artículo 19.-** Una vez contestada la denuncia, analizadas las pruebas (de ser necesario) y oídos los testigos, el Consejo Plural de Deliberación dictaminará lo correspondiente en un plazo de diez (10) días hábiles.

**Artículo 20.-** En las denuncias que conlleven sanciones disciplinarias, podrán ser aplicadas como medidas preventivas.

### TÍTULO III

#### Disposiciones Finales

#### CAPÍTULO ÚNICO

#### De las Previsiones

**Artículo 21.-** Los casos no contemplados y previstos en el presente Código de Ética serán resueltos por la Coordinación de la Licenciatura en Marketing Digital.

## TRANSITORIOS

**ÚNICO:** El presente Código de Ética entra en vigor a partir de la aprobación de las autoridades Universitarias y su publicación en los medios electrónicos de la Licenciatura en Marketing Digital.

Fecha de revisión 20 de febrero de 2024