

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Planeación y Autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Generar Programas de Comunicación Social y Relaciones Públicas, acordes a la Estrategia de Difusión e Imagen Institucional, con el fin de homologar los mensajes difundidos a la sociedad, a través de los medios de comunicación.

OBJETIVO

Diseñar, autorizar y poner en operación la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social que concentran las campañas de difusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

1. La Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana será la responsable de elaborar e implementar la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social.
2. Para la presentación y registro de la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social ante la Secretaría de Gobernación (SEGOB) se utilizará los formatos establecidos por la Dirección General de Normatividad de Contenidos (DGNC).
3. Todos los formatos de registro y presentación de estrategias, programas y campañas serán elaborados por la DGNC de la SEGOB, los cuales se revisan y actualizan anualmente.
4. La Dirección General de Comunicación Social será la única facultada para validar los formatos de registro y presentación de estrategias y programas de la DGNC.

ÁREA RESPONSABLE:

Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Planeación y Autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social

DURACIÓN TOTAL:

13 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
01	Dirección General de Comunicación Social	Realiza el análisis de necesidades de comunicación de las áreas y los programas prioritarios de la SCT.	1 día
02		Determina las campañas de difusión a implementar, estableciendo objetivos, público meta, tiempo de realización y presupuesto.	1 día
03		Instruye a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para iniciar la elaboración, presentación y solicitud de autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social.	1 día
04	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Elabora el “Estrategia Anual de Comunicación Social” (MP-111-PR04-P01-F01) y “Programa Anual de Comunicación Social” (MP-111-PR04-P01-F02) detallando el presupuesto asignado por campaña, para revisión de la DGCS.	2 días
05	Dirección General de Comunicación Social	Revisa y valida la Estrategia de Comunicación Social de la SCT e instruye a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana para proceder a su autorización y registro ante la DGNC de la SEGOB.	1 días
06	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Elabora oficio de solicitud de autorización dirigido a la DGNC de la SEGOB, para firma de la DGCS.	1día
07		Turna a la Dirección General de Comunicación Social el oficio de solicitud de autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social para firma del Director General.	1día
08	Dirección General de Comunicación Social	Firma el oficio de solicitud de autorización y lo turna para su envío a la DGNC de la SEGOB.	1 día

ÁREA RESPONSABLE:	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana
PROCEDIMIENTO:	Planeación y Autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social
DURACIÓN TOTAL:	13 días

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Act. N°	Responsable	Descripción	Tiempo
09	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Recibe el oficio de solicitud de autorización y lo envía, junto con la Estrategia y el Programa de Comunicación Social a la DGNC de la SEGOB.	1 día
10		Recaba el acuse del oficio de solicitud de autorización y lo archiva en el expediente correspondiente.	1 día
11	Dirección General de Comunicación Social	Recibe el oficio de autorización de la Estrategia y Programa de Comunicación Social, lo turna a la Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana y le solicita la planeación de las campañas de difusión.	3 día
12	Subdirección de Relaciones Públicas y Atención Ciudadana	Elabora los <i>briefs</i> de las campañas de la SCT para revisión y visto bueno de la Dirección General de Comunicación Social.	1 día
13	Dirección General de Comunicación Social	Revisa los <i>briefs</i> de las campañas y da su visto bueno, para iniciar la elaboración de los materiales creativos y su posterior difusión.	1 día
TERMINA EL PROCEDIMIENTO			

ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2010

Dependencia o Entidad :

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Naturaleza Jurídica:

Cabeza de sector:

Fecha de elaboración:

1
2
3
4

Misión:

5

Visión:

6

Ejes rectores del PND (elija con una "X") : 7

- 1.- ESTADO DE DERECHO Y SEGURIDAD
- 2.- ECONOMÍA COMPETITIVA Y GENERADORA DE EMPLEOS
- 3.- IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
- 4.- SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL
- 5.- DEMOCRACIA EFECTIVA Y POLÍTICA EXTERIOR RESPONSABLE

Página 1

Eje (s) rector (es) que registrarán el programa de comunicación :

8

	Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritarias	Temas específicos que se derivan de las acciones gubernamentales prioritarias
1.-			
2.-			
3.-	9	10	11
4.-			
5.-			

12

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

13

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

ÁREA RESPONSABLE:	Dirección de Difusión y Atención Ciudadana		
PROCEDIMIENTO:	Planeación y Autorización de la Estrategia y el Programa de Comunicación Social		
FORMATO:	Estrategia Anual de Comunicación Social	RESGUARDO	2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
1	Nombre completo de la Dependencia o Entidad Federal de que se trate.
2	Tipo de la Dependencia o Entidad Federal por su naturaleza jurídica.
3	Organismo regulador a nivel central.
4	Fecha de elaboración del formato.
5	Misión de la Dependencia o Entidad Federativa.
6	Visión de la Dependencia o Entidad Federativa.
7	Eje rector del plan Nacional de Desarrollo de donde se deriva la estrategia de comunicación social.
8	Ejes rectores del PND o Programas Sectoriales que delimitan el alcance de la estrategia de comunicación social.
9	Alineación estrategia al PND, Programas Sectoriales y Objetivos Sectoriales y Objetivos rectores específicos.
10	Acciones gubernamentales prioritarios en donde se busca tener un impacto específico sobre los temas de competencia del sector.
11	Tema específico incluido dentro del alcance de la estrategia de comunicación social.
12	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.
13	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad.

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2010

Dependencia o entidad:

1

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Fecha de elaboración:

2

milés de pesos /
I.V.A. incluida

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 3701:

3

ACUMULADO EN CAMPAÑAS: -

CAMPAÑA 10

12

Datos generales

Página 5

Medios a utilizar

13

Recursos programados por tipo medio

Nombre de la campaña:

4

Versión:

5

Tema específico:

6

Objetivo de comunicación:

7

Clasificación de campaña:

8

Coemisor:

9

Población objetivo primaria:

10

Vigencia de la campaña:

11

Tiempo fiscal	Tiempo de Estado	Tiempo comercial	Medios públicos
Tv <input type="checkbox"/>	Tv <input type="checkbox"/>	Tv <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio <input type="checkbox"/>	Radio <input type="checkbox"/>	Radio <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Televisoras	-
Radiodifusoras	-
Diarios editados en el D.F.	-
Diarios editados en los estados	-
Revistas	-
Medios complementarios	-
Medios impresos y electrónicos internacionales	-
Estudios	-
Diseño, producción, post-producción y copiado	-
Presupuesto asignado a la campaña:	14 -
Porcentaje que representa la campaña de la partida 3701	15

16

17

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Nombre y firma del titular de comunicación social de la entidad

ÁREA RESPONSABLE:

Dirección de Difusión y Atención Ciudadana

PROCEDIMIENTO:

Planeación y Autorización de la Estrategia y el Programa de Comunicación Social

FORMATO:

Programa Anual de Comunicación Social

RESGUARDO

2 años

GUIA DE LLENADO

Campo	Datos que deberán anotarse
	INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA
1	Nombre completo de la dependencia o entidad federal de que se trate.
2	Fecha de integración del formato.
3	Presupuesto total asignado a la dependencia o entidad federal para la partida 3701, expresado en miles de pesos, IVA incluido (Ejemplo: Si la asignación presupuestal es de \$10,850,320.00 se debe indicar como \$10,850.32).
4	Nombre completo como se denomina a la campaña.
5	Nombre completo como se denomina a la versión específica de la campaña.
6	Tema específico que se difunde en la versión de la campaña.
7	Objetivo comunicacional que se pretende alcanzar como resultado de la campaña.
8	Rubro en el cuál se clasifica la campaña dentro de la Administración Pública Federal.
9	Organismos o entidades que participan o apoyan en la realización de la campaña.
10	Público meta al cual está dirigida la campaña por rango de edad, nivel socioeconómico (NSE) y tipo de población a la que pertenecen.
11	Calendarización de los periodos de transmisión de la campaña.
12	Identificar los medios de comunicación seleccionados y las modalidades de transmisión de la campaña.
13	Indicar el monto de los recursos asignados para cada tipo de medio de comunicación seleccionado.
14	Indicar el monto total asignado de la partida 3701 para la campaña.
15	Indicar el porcentaje correspondiente del monto total de la campaña, respecto del total de la partida 3701 asignado a la dependencia o entidad.
16	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la coordinadora sectorial.
17	Nombre completo y firma autógrafa del titular de Comunicación Social de la dependencia o entidad.