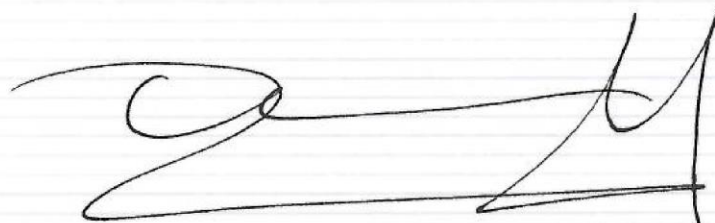


**AUTORIZA
LA SECRETARIA DE TURISMO**



MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU SALINAS

**PRESENTA
EL OFICIAL MAYOR**



LIC. MARCO ANTONIO GARCÍA CASTRO

FECHA DE AUTORIZACIÓN: 1 DE JULIO DE 2015
EL PRESENTE DOCUMENTO DEJA SIN EFECTO EL MANUAL DE
ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE
COMUNICACIÓN SOCIAL, AUTORIZADO EL 26 DE OCTUBRE DE 2012.

ESTE DOCUMENTO SE INTEGRA CON 34 HOJAS



**VALIDÓ
LA DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

LIC. NANCY EDITH AYÓN CABALLERO

**COORDINÓ
EL DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN**

OSCAR BERNAL TORRES



**SUPERVISÓ
LA DIRECTORA GENERAL ADJUNTA
DE MEJORA DE LA GESTIÓN**

C.P. JOANNA P. HERNÁNDEZ GALVÁN

**INTEGRÓ
EL DIRECTOR DE ORGANIZACIÓN**

LIC. DEMETRIO F. GIL MERINO

OFICINA DE LA C. SECRETARIA

MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ÍNDICE

ÍNDICE

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	4
ANTECEDENTES HISTÓRICOS	6
MARCO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO	10
MISIÓN Y VISIÓN	16
ATRIBUCIONES	18
ORGANIGRAMA	21
ESTRUCTURA ORGÁNICA	23
OBJETIVO Y FUNCIONES POR ÁREA	25

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El artículo 19 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, establece que el titular de cada Secretaría de Estado, expedirá los manuales de organización para su funcionamiento, los que deberán contener información sobre la estructura orgánica de cada dependencia y las funciones de sus unidades administrativas, así como los principales procedimientos administrativos que se establezcan.

En este sentido, el Manual de Organización Específico de la Dirección General de Comunicación Social, es el instrumento que precisa los objetivos, funciones y ámbitos de competencia de las áreas que la integran, derivado de las atribuciones y funciones que tiene encomendadas en el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y en las demás disposiciones legales y reglamentarias, a fin de que constituya un medio práctico y oportuno de capacitación en el trabajo para el personal, con el propósito fundamental de coadyuvar a la consecución de los objetivos y metas a su cargo y contribuya así a una mayor eficiencia y productividad de la Secretaría.

El presente Manual de Organización está dividido en siete apartados que proporcionan información sobre los Antecedentes Históricos, Marco Jurídico-Administrativo, Misión y Visión, Atribuciones, Organigrama, Estructura Orgánica, Objetivo y Funciones de cada una de las áreas que conforman la Dirección General de Comunicación Social.

La información necesaria para la integración de este documento, fue proporcionada por la Dirección General de Comunicación Social, correspondiendo a la Dirección de Organización, dependiente de la Dirección General de Administración de la Oficialía Mayor, integrarla, validarla y darle uniformidad para su presentación.

Asimismo, con el propósito de cumplir con las disposiciones, lineamientos y normas que emitan las dependencias globalizadoras, la Dirección General de Comunicación Social deberá mantener actualizado el presente Manual.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

1978

En el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, se detalla el funcionamiento de la Dirección General de Prensa, Difusión y Relaciones Públicas.

1982

En el mes de diciembre, se dio vida jurídica a la Dirección General de Comunicación Social que anteriormente era la Dirección General de Prensa, Difusión y Relaciones Públicas, se encontraba funcionando en condiciones normales y con la coordinación directa de la Dirección General de Comunicación Social de Presidencia de la República.

1984

En el Reglamento Interior publicado el 6 de agosto, la Secretaría de Turismo quedó integrada con tres subsecretarías, la Oficialía Mayor, la Contraloría Interna, quince direcciones generales, entre las que se encontraba la de Comunicación Social, dos Subcontralorías, el Centro de Estudios Superiores en Turismo, las delegaciones de turismo y las representaciones en el extranjero.

1985

Conforme a los lineamientos de austeridad y racionalización del gasto público dictados por el Ejecutivo Federal, el 20 de agosto se publicó un nuevo Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, quedando integrada su estructura de organización de la siguiente manera: dos subsecretarías, la Oficialía Mayor, la Contraloría Interna, trece direcciones generales, entre las que se encontraba la de Comunicación Social, conservando las mismas atribuciones; el Centro de Estudios Superiores en Turismo, las coordinaciones regionales de delegaciones de turismo, las delegaciones de turismo y las representaciones en el extranjero.

1989

Con el cambio de administración y la publicación del Reglamento Interior en el Diario Oficial de la Federación del 14 de febrero, se denominó a la Dirección General de Comunicación Social, como Unidad de Comunicación Social, con las mismas atribuciones que tenía encomendadas.

1993

De acuerdo con la Ley Federal de Turismo, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1992, la Secretaría presentó un proyecto de reestructuración a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El 20 de octubre, la dependencia globalizadora dictaminó favorablemente dicho proyecto, en el que quedó con la misma denominación de Unidad de Comunicación Social.

1994

El 22 de febrero, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, en el cual surgió oficialmente la Unidad de Comunicación Social y sus atribuciones.

1996

El 17 de abril, las secretarías de Hacienda y Crédito Público, y de Contraloría y Desarrollo Administrativo, dictaminaron favorablemente la restructuración orgánica de la Dependencia, la cual se basaba en tres grandes procesos: desarrollo, promoción y servicios turísticos, quedando integrada por un total de doscientas noventa y cinco plazas de mando; de las cuales diecisiete correspondían a la estructura orgánica básica; dentro de ésta, quedó adscrita en las oficinas del titular de la Secretaría de Turismo, la Unidad de Comunicación Social.

La Unidad de Comunicación Social, contaba con un total de seis plazas de mando, conformadas por cuatro de estructura y dos puestos homólogos.

El 31 de mayo, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, señalando en el artículo 12, las facultades asignadas a la Unidad de Comunicación Social.

2001

El 15 de junio, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, creándose la nueva estructura orgánica, cuyo propósito fundamental, fue posicionar a la actividad turística como eje estratégico del desarrollo nacional. Dentro de esta nueva estructura, la Unidad de Comunicación Social, cambió de denominación por la de Dirección General de Comunicación Social, conservando las facultades que tenía asignadas y su adscripción a las oficinas del titular del Ramo.

2010

El 6 de julio, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el “Acuerdo por el que se abroga el diverso que creó el Comité de Administración y Edición del Portal Oficial del Turismo en México y se delegan las facultades que se indican en la Dirección General de Comunicación Social”, pasando la administración y edición del Portal Oficial de la dependencia del Centro de Estudios Superiores en Turismo a esta última Dirección General.

Así se delegó en la Dirección General de Comunicación Social, la administración y edición del Portal Oficial de la Secretaría de Turismo, siendo la responsable de recibir, revisar, editar, autorizar y publicar la información que se incluirá en el Portal Oficial de la Secretaría de Turismo, conforme a lo que soliciten las unidades administrativas y los órganos administrativos desconcentrados de esta Secretaría, para que sea integrada en las secciones respectivas de ese Portal Oficial, observando las políticas y programas institucionales, así como las demás disposiciones legales y administrativas vigentes.

2011

Con fecha 1 de octubre de 2011, la C. Titular del Ramo, designó al Director General de Comunicación Social como Titular de la Unidad de Enlace de la Secretaría de Turismo, mismo que sería responsable de administrar, actualizar y modificar lo referente al Portal Oficial de Transparencia y en lo referente a la página de intranet y las obligaciones de transparencia derivadas de los artículos: 7 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental; y, 8 fracción I de su Reglamento.

2013

El 30 de diciembre, se publicó en Diario Oficial de la Federación el nuevo Reglamento Interior de esta Dependencia de la Administración Pública Federal, en su artículo 32 se establece las facultades de la Dirección General de Comunicación Social; en este reglamento la función de operar la Unidad de Enlace y las obligaciones de transparencia derivadas del artículo 7 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental se le adscribe a la Dirección General de Asuntos Jurídicos.

MARCO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO

MARCO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
D.O.F.5-II-1917 y sus reformas

LEYES

Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año correspondiente

Ley de Planeación
D.O.F. 5-I-1983 y sus reformas

Ley de Vías Generales de Comunicación
D.O.F. 19-II-1940 y su reforma

Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
D.O.F. 31-III-2007 y sus reformas

Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública Federal
D.O.F. 10-IV-2003 y sus reformas

Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica
D.O.F 16-IV-2008 y sus reformas

Ley Federal de Cinematografía
D.O.F. 29-XII-1992 y sus reformas

Ley Federal de Derechos
D.O.F. 31-XII-1981 y sus reformas

Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria
D.O.F. 30-III-2006 y sus reformas

Ley Federal de Procedimiento Administrativo
D.O.F. 04-VIII-1994 y sus reformas

Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos
D.O.F. 13-III-2002 y sus reformas

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión
D.O.F. 14-VII-2014

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
D.O.F. 11-VI-2002 y sus reformas

Ley Federal de las Entidades Paraestatales
D.O.F. 14-V-1986 y sus reformas

Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, Reglamentaria del apartado b)
del artículo 123
D.O.F. 28-XII-1963 y sus reformas

Ley Federal del Derecho de Autor
D.O.F. 24-XII-1996 y sus reformas

Ley General de Turismo
D.O.F. 17-VI-2009 y sus reformas

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
D.O.F. 29-XII-1976 y sus reformas

CÓDIGOS

Código Civil Federal
D.O.F. 26-V-1928 y sus reformas

Código Federal de Procedimientos Civiles
D.O.F. 24-II-1943 y sus reformas

Código Fiscal de la Federación
D.O.F. 31-XII-1981 y sus reformas

REGLAMENTOS

Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.
D.O.F. 22-IV-2010 y sus reformas

Reglamento de la Ley de Información, Estadística y Geográfica
D.O.F. 3-XI-1982 y sus reformas

Reglamento de la Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública
Federal
D.O.F. 6-IX-2007

Reglamento de la Ley Federal de Derecho de Autor
D.O.F. 22-V-1998 y sus reformas

Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria
D.O.F. 28-VI-2006 y sus reformas

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión
D.O.F. 10-X-2002

Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
D.O.F. 11-VI-2003

Reglamento de la Ley Federal de Turismo
D.O.F. 2-V-1994 y sus reformas

Reglamento del Código Fiscal de la Federación
D.O.F. 2-IV-2014

Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo
D.O.F. 30-XII-2013

DECRETOS

Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año correspondiente

Decreto por el que se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018
D.O.F. 20-V-2013

Decreto por el que se aprueba el Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018 y su actualización
D.O.F. 30-VIII-2013 y 30-IV-2014, respectivamente

Decreto por el que se aprueba el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018
D.O.F. 13-XII-2013

Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado, denominado Instituto Mexicano de la Radio
D.O.F. 25-III-1983

Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, así como para la modernización de la Administración Pública Federal y el Decreto por el que se modifica
D.O.F. 10-12-2012 y 30-XII-2013, respectivamente

ACUERDOS

Acuerdo por el que se delegan diversas facultades a los servidores públicos que se indican
DOF 24-I-2014

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal que corresponda

Acuerdo por el que se expide el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal

D.O.F. 13-X-2000 y sus modificaciones y adiciones

Acuerdo que establece la circunscripción territorial de delegaciones regionales de la Secretaría de Turismo

D.O.F. 27-III-2014

DOCUMENTO NORMATIVO-ADMINISTRATIVOS

Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en las materias de Recursos Humanos y del Servicio Profesional de Carrera, así como el Manual Administrativo de Aplicación General en materia de Recursos Humanos y Organización y el Manual del Servicio Profesional de Carrera

D.O.F. 12-VII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno

D.O.F. 12-VII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones Generales para la Transparencia y los Archivos de la Administración Pública Federal y el Manual Administrativo de Aplicación General en las materias de Transparencia y de Archivos

D.O.F. 12-VII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones en Materia de Recursos Materiales y Servicios Generales

D.O.F. 16-VII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se establecen las Disposiciones Generales para la Realización de Auditorías, Revisiones y Visitas de Inspección

D.O.F. 12-VII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público

D.O.F. 9-VIII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas

D.O.F. 9-VIII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Recursos Financieros

D.O.F. 15-VII-2010 y sus reformas

Acuerdo por el que se expide el Manual de Percepciones de los Servidores Públicos de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal

D.O.F. 30-V-2014

Acuerdo que tiene por objeto emitir las políticas y disposiciones para la Estrategia Digital Nacional, en materia de tecnologías de la información y comunicaciones, y en la de seguridad de la información, así como establecer el Manual Administrativo de Aplicación General en dichas materias

D.O.F. 8-V-2014

Lineamientos de Protección de Datos Personales

D.O.F. 30-IX-2005

MANUALES

Manual de Organización General de la Secretaría de Turismo

D.O.F. 5-VIII-2014

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Instrumentar, aplicar y mantener los mecanismos que permitan la difusión de las políticas públicas, acciones y programas que impulsa la Secretaría de Turismo, mediante una relación permanente con la sociedad, los actores de la actividad turística y los medios de comunicación.

VISIÓN

Fortalecer la imagen pública de la Secretaría de Turismo a través de la gestión estratégica y del flujo de información que genera la Institución, con el objetivo de proporcionar el liderazgo que permita satisfacer los requerimientos de la sociedad mexicana, los actores de la actividad turística nacionales e internacionales y los medios masivos de comunicación.

ATRIBUCIONES

ATRIBUCIONES

Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2013.

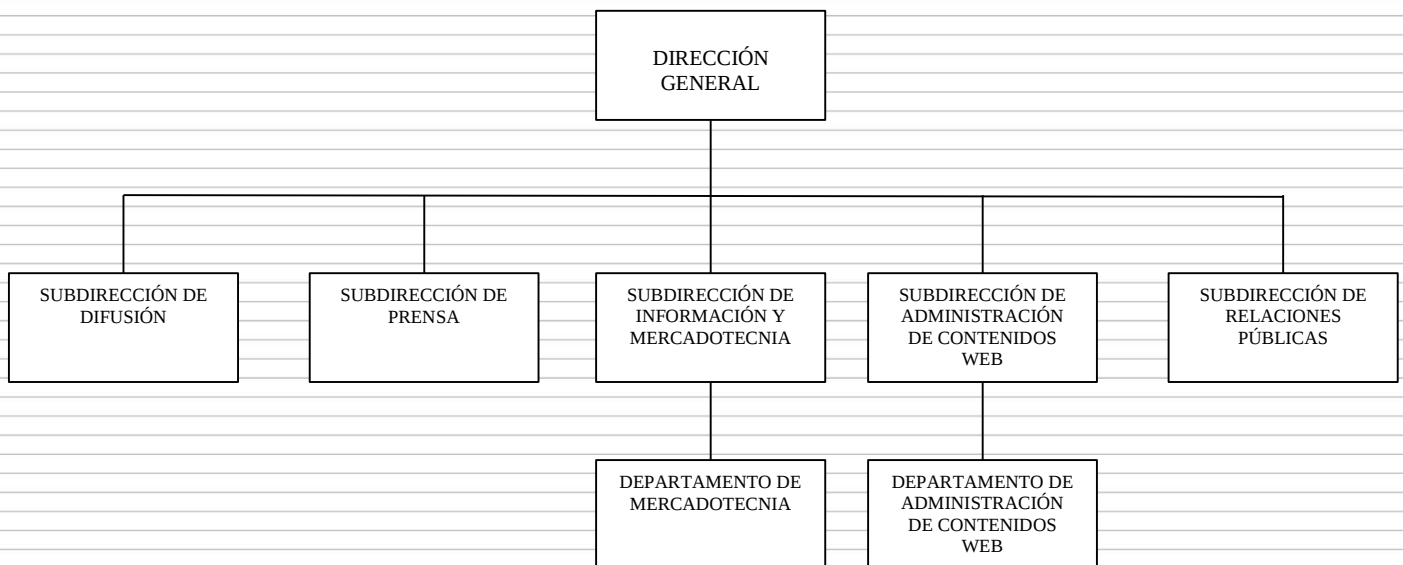
Artículo 32.- La Dirección General de Comunicación Social tiene las siguientes atribuciones:

- I. Implementar las políticas y estrategias de comunicación social dictadas por el Titular de la Secretaría a través de los diversos medios de comunicación;
- II. Elaborar y proponer al Titular de la Secretaría proyectos de programas de comunicación social de la Secretaría;
- III. Tramitar ante la Secretaría de Gobernación, las autorizaciones correspondientes en materia de comunicación social de la Secretaría;
- IV. Elaborar y desarrollar los programas de información, difusión y prensa de la Secretaría;
- V. Proponer al Titular de la Secretaría, las estrategias y lineamientos, para informar a la opinión pública sobre las actividades que lleve a cabo la Secretaría, así como de los que realice o en los que participe la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados;
- VI. Conducir las relaciones de la Secretaría con los medios de comunicación;
- VII. Organizar y supervisar entrevistas y conferencias con la prensa nacional e internacional, así como emitir boletines de prensa;
- VIII. Conducir la atención y acreditación de los medios de comunicación, así como proporcionar los insumos necesarios en el desempeño de las actividades de los mismos y procurar una permanente vinculación con las diversas modalidades de expresión;
- IX. Coadyuvar con las unidades administrativas y órganos administrativos desconcentrados en las actividades de comunicación social.
- X. Recopilar, analizar y difundir la información que sobre la Secretaría y la actividad turística en general, se exprese en cualquier medio de comunicación;
- XI. Promover y gestionar la participación de la Secretaría en los tiempos oficiales, así como los contenidos que se transmitan, en términos de las disposiciones jurídicas aplicables. A fin de llevar a cabo las autorizaciones correspondientes, se deberá atender lo dispuesto en la fracción III de este mismo precepto.

- XII.** Coordinar la instrumentación, aplicación, seguimiento y evaluación de los estudios de opinión pública e información, que permitan conocer el efecto de las acciones que realizan las autoridades de la Secretaría;
- XIII.** Coadyuvar con la Dirección General de Tecnologías de la Información y Comunicación en la definición y consolidación del Sistema Integral de la Información Turística Nacional, en la integración de los contenidos del sitio web y las redes sociales de la Secretaría, así como de otros sitios administrados por ésta;
- XIV.** Coordinar las acciones de edición e impresión de las publicaciones oficiales de la Secretaría, y
- XV.** Coadyuvar con las unidades administrativas y órganos administrativos desconcentrados de la Secretaría correspondientes, en la conducción de las relaciones públicas de ésta.

ORGANIGRAMA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



ESTRUCTURA ORGÁNICA

ESTRUCTURA ORGÁNICA

PÁGINA

Dirección General de Comunicación Social

26

Subdirección de Difusión

28

Subdirección de Prensa

29

Subdirección de Información y Mercadotecnia

30

Departamento de Mercadotecnia

31

Subdirección de Administración de Contenidos Web

32

Departamento de Administración de Contenidos Web

33

Subdirección de Relaciones Públicas

34

OBJETIVOS Y FUNCIONES POR ÁREA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO

Establecer y consolidar los programas, planes y estrategias de comunicación, a través de coordinar las actividades de información, difusión, comunicación interna, imagen, relación con los medios de comunicación nacionales e internacionales y con la opinión pública, con base en el Programa Anual de Comunicación Social de la dependencia y establecer el enlace con los órganos administrativos desconcentrados y entidades paraestatales del sector coordinado por la Secretaría, con el fin de contribuir al fortalecimiento de la imagen del Sector Turismo.

FUNCIONES

- Instrumentar las políticas y estrategias de comunicación social dictadas por la C. Titular de la Secretaría a través de los diversos medios de comunicación; en relación a las actividades de la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados.
- Presentar a la C. Titular de la Secretaría, proyectos de programas de comunicación social, enfocados tanto a la promoción como al fortalecimiento de la imagen de la Secretaría;
- Promover ante la Secretaría de Gobernación, las autorizaciones correspondientes en materia de comunicación social de la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados;
- Dirigir y evaluar las actividades de información, difusión y prensa de la Secretaría; a través de la información transmitida por los medios de comunicación nacionales y extranjeros.
- Presentar a consideración de la C. Titular de la Secretaría, las normas y lineamientos para orientar las acciones de difusión y comunicación que permitan mantener informada a la sociedad sobre las actividades que lleve a cabo la Secretaría y sus órganos administrativos desconcentrados;
- Dirigir las relaciones de la Secretaría con los medios de comunicación; así como preparar los materiales de difusión internos y externos cuidando la imagen institucional.
- Coordinar las acciones de edición e impresión de las publicaciones oficiales de la Secretaría; cuidando los contenidos y la imagen institucional.
- Organizar y supervisar entrevistas y conferencias con la prensa nacional e internacional, así como emitir boletines de prensa; que promuevan una imagen justa de la Secretaría.
- Conducir la atención y acreditación de los medios de comunicación, así como proporcionar los insumos necesarios en el desempeño de sus actividades, que permita una permanente vinculación con las diversas modalidades de expresión;

- Asesorar a las unidades administrativas, órganos administrativos desconcentrados y delegaciones regionales, en la elaboración de sus programas y actividades en materia de comunicación social;
- Coordinar el análisis y difusión de la información que sobre la Secretaría y la actividad turística en general, se exprese en cualquier medio de comunicación;
- Promover y gestionar la participación de la Secretaría en los tiempos oficiales, así como los contenidos que se transmitan, en términos de las disposiciones jurídicas aplicables;
- Organizar la instrumentación, aplicación, seguimiento y evaluación de los estudios postcampaña de difusión del quehacer turístico, que permitan conocer el efecto de las acciones que se realizan en la Secretaría de Turismo;
- Coordinar con la Dirección General de Tecnologías de la Información y Comunicación la integración de los contenidos del sitio web correspondientes a la sala de prensa, así como de otros sitios administrados por ésta;
- Intervenir con las unidades administrativas y órganos administrativos desconcentrados de la Secretaría correspondientes, en la conducción de las relaciones públicas de la Dependencia, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE DIFUSIÓN

OBJETIVO

Integrar la información para que esta sea suministrada a la C. Titular del Ramo y funcionarios de primer nivel de la Secretaría de Turismo, sobre el acontecer noticioso en materia turística nacional e internacional, y a nivel político para analizar y dar seguimiento a la información generada diariamente sobre el sector turístico, así como coordinar la elaboración de los productos de difusión.

FUNCIONES

- Coordinar la integración de la información nacional e internacional difundida por los medios de comunicación masiva relacionada con el sector turístico;
- Proporcionar con eficiencia y oportunidad el acontecer noticioso a través de una síntesis de información generada en los medios de comunicación, para los funcionarios de la Secretaría de Turismo;
- Coordinar la elaboración del resumen de la información obtenida de los programas especializados y el monitoreo de los noticieros enviados por la empresa contratada para tal fin;
- Realizar el análisis semanal y mensual sobre el posicionamiento en los medios de comunicación de la información de la Secretaría de Turismo, del Consejo de Promoción Turística de México y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo;
- Dar seguimiento a la información generada por la Dirección General de Comunicación Social a través de boletines, comunicados, ruedas de prensa e inserción de desplegados en los diferentes medios de comunicación;
- Organizar la elaboración de tres cortes informativos diarios de lunes a viernes de lo publicado en medios electrónicos de comunicación sobre noticias del sector turístico y las más relevantes a nivel nacional e internacional;
- Proveer y difundir la información que se genere durante las giras de la C. Secretaria de Turismo, cuidando la imagen institucional;
- Recibir y analizar el monitoreo de los noticieros enviados por la empresa contratada para tal fin, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE PRENSA

OBJETIVO

Formular estrategias de comunicación a fin de que la información generada por la Secretaría de Turismo, sea difundida a través de los medios de comunicación para mantener informada a la sociedad de las actividades, logros y acciones a favor del turismo en México, propiciando la participación de los diversos sectores de la población y de los servidores públicos de la Secretaría en la consecución de los objetivos nacionales.

FUNCIONES

- Coordinar la elaboración de boletines y/o comunicados de prensa sobre la información que generan las diferentes áreas de la dependencia a fin de mantener actualizada a la sociedad;
- Realizar el envío de los boletines de prensa a los diferentes medios de comunicación como una estrategia de difusión de la información relevante de la dependencia;
- Atender la cobertura periodística en los eventos institucionales con la finalidad de promover la imagen institucional;
- Mantener una estrecha relación con los reporteros de la fuente turística, a fin de que cuenten con la información generada continuamente por la dependencia para su difusión;
- Formular estrategias para el manejo de crisis periodísticas que puedan dañar la imagen institucional de la dependencia, analizando el impacto de la información negativa y presentando alternativas de solución que contrarresten los efectos negativos que se pudieran generar;
- Proveer al administrador del portal oficial de la Secretaría, la información relevante generada día a día, a fin de que se actualice la sala de prensa de dicho portal;
- Supervisar la cobertura fotográfica de los eventos de la dependencia y proporcionar el material gráfico generado a los diferentes medios de comunicación y al administrador del portal para su difusión, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE INFORMACIÓN Y MERCADOTECNIA

OBJETIVO

Coordinar la ejecución de las actividades de administración de personal, de recursos financieros, materiales y servicios de la Dirección General de Comunicación Social. Así como el coadyuvar en la planeación, autorización, supervisión y evaluación de los programas y estrategias de comunicación social de la Secretaría.

FUNCIONES

- Organizar la administración de los recursos humanos, financieros, materiales y de servicios a solicitud de la Dirección General, y realizar los trámites correspondientes vía la Coordinación Administrativa de la Oficina de la C. Secretaria;
- Coordinar la contratación de espacios en los medios de comunicación y validar facturas por concepto de publicidad, a través de las órdenes de inserción, así como tramitar el pago correspondiente ante la Coordinación Administrativa de la Oficina de la C. Secretaria;
- Fungir como enlace informático ante la Dirección General de Tecnologías de la Información y Comunicación;
- Dar seguimiento a los trámites que se llevan ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, de los programas de comunicación social de la Secretaría, del Consejo de Promoción Turística de México y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo;
- Enviar a la Dirección General de Normatividad y Comunicación de la Secretaría de Gobernación (SEGOB), el programa anual de comunicación social, para su registro y obtención de claves de las campañas previstas, así como darle seguimiento hasta su autorización;
- Gestionar la solicitud de campañas de difusión de la Secretaría de Turismo en tiempos de Estado, a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la SEGOB, así como dar seguimiento a los trámites correspondientes para su autorización;
- Apoyar en la coordinación logística de eventos (ruedas de prensa y entrevistas) a cargo de la Dirección General de Comunicación Social;
- Gestionar y verificar la atención de las solicitudes correspondientes al Sistema Integral de Gestión de la Oficina de la C. Secretaria;
- Atender y verificar la atención de las solicitudes de información de la Unidad de Enlace de la Secretaría, correspondientes al Sistema de Solicitudes de Información (INFOMEX) del IFAI;
- Coordinar y supervisar las actividades del Departamento de Mercadotecnia, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA

OBJETIVO

Preparar y ejecutar las actividades de diseño y difusión, en su aspecto creativo dentro del marco y lineamientos establecidos por la Dirección General de Comunicación Social; y apoyar a las unidades administrativas de la Secretaría de Turismo en la elaboración de sus publicaciones y otros materiales gráficos o productos promocionales; así como a la Subdirección de Información y Mercadotecnia en sus campañas de comunicación social.

FUNCIONES

- Elaborar el diseño de publicaciones y material gráfico a solicitud de las diferentes unidades administrativas de la Dependencia;
- Seleccionar el material de audio y video que utilice la Institución y proporcionarlo cuando así se requiera;
- Estudiar y adaptar las nuevas corrientes del diseño gráfico para aplicarlas en los productos que se elaboran para la Secretaría;
- Preparar la elaboración de escenarios, cicloramas, stands y prosenios, así como el montaje para las reuniones públicas que realizan las diferentes unidades administrativas de la Secretaría;
- Proporcionar el apoyo de reproducción de materiales audiovisuales a las diferentes unidades administrativas;
- Elaborar los diseños de las campañas de comunicación de la Secretaría para su publicación en medios de comunicación;
- Facilitar a los representantes de los medios de comunicación, el material gráfico necesario para el desempeño de sus labores, previa solicitud y autorización de la Dirección General de Comunicación Social;
- Coadyuvar en el diseño gráfico e impresión de carteles con el área solicitante, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS WEB

OBJETIVO

Suministrar al Portal Oficial de la Secretaría de Turismo, a través de estrategias tecnológicas, la recopilación, selección y publicación de información proporcionada por las diferentes unidades administrativas y órganos administrativos desconcentrados que contribuya al fortalecimiento de la imagen institucional, manteniendo un vínculo permanente con los cibernautas.

FUNCIONES

- Verificar la recopilación y selección de la información suministrada por las diferentes áreas para su publicación;
- Diseñar estrategias, en coordinación con las unidades administrativas, a fin de ofrecer a los usuarios del portal institucional información de interés;
- Proveer los contenidos en internet actualizados en coordinación con las áreas responsables para que la información publicada sea veraz y oportuna;
- Contribuir con las diferentes dependencias del Gobierno Federal para la incorporación de elementos informativos en el Portal Oficial de la Secretaría;
- Difundir y hacer cumplir los lineamientos para la integración y actualización de contenidos a los publicadores designados por las unidades administrativas;
- Formular estrategias en internet que promuevan la actividad y los programas de la Institución, a través de redes sociales y otras alternativas digitales;
- Coordinar acciones de comunicación social con otras instituciones gubernamentales para difundir los servicios, programas institucionales o información de interés en sus sitios web;
- Realizar procesos basados en una mejora continua a fin de que la Secretaría, cuente con un portal institucional actualizado tecnológicamente y se preste un servicio satisfactorio a los usuarios del mismo, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS WEB

OBJETIVO

Elaborar estrategias de diseño permanente, mediante la administración de la información y contenidos del Portal Oficial de la Secretaría de Turismo, para que sus contenidos sean funcionales, vigentes y de interés para los usuarios.

FUNCIONES

- Realizar la estructuración del Portal Oficial de la Secretaría y supervisar que esté apegado a los lineamientos de los sitios oficiales del Gobierno Federal, a fin de mostrar una imagen institucional;
- Diseñar esquemas de presentación de la información, adecuándolos a los espacios visuales del sitio web, a fin de presentar la mayor información posible en la página inicial y/o principal;
- Elaborar diseños gráficos para banners y contenidos en el Portal Oficial;
- Registrar la información suministrada por las diferentes áreas de la Secretaría, a fin de revisarla antes de subirla al Portal Oficial;
- Analizar que la información suministrada cumpla con los lineamientos específicos del Portal Oficial;
- Revisar periódicamente la información contenida en la página web de la Secretaría para verificar su vigencia;
- Proveer y difundir a través de la sala de prensa del sitio web, la información generada por la dependencia, tal como boletines, comunicados, entrevistas y versiones estenográficas, entre otras que se generen y sean de interés público;
- Subir al Portal Oficial, las fotografías relacionadas a los boletines y/o comunicados de prensa para que los representantes de los medios de comunicación y público en general puedan hacer uso de ellas;
- Dotar de nuevas tecnologías web, a fin de mantener el portal actualizado a las nuevas tendencias para ofrecer a los usuarios una mejor navegación en el sitio, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

OBJETIVO

Contribuir en la formulación e implantación de estrategias de relaciones públicas a través de mantener vínculos institucionales con los representantes de los medios de comunicación, con la finalidad de proyectar una imagen positiva de la dependencia, de la C. Titular del Ramo y/o funcionarios.

FUNCIONES

- Integrar la planeación y los programas de relaciones públicas acordes a las necesidades actuales de la dependencia y de sus funcionarios.
- Gestionar reuniones de trabajo con los representantes de los medios de comunicación, con la finalidad de fortalecer la relación institucional, escuchar sus inquietudes y resolver sus dudas con relación a la información generada por la dependencia.
- Convocar a los representantes de los medios de comunicación a reuniones establecidas para proporcionarles información relevante del sector turístico para su difusión;
- Realizar y dar seguimiento a los programas de relaciones públicas implementados por la dependencia, a fin de vincular a ésta con los medios de comunicación;
- Promover entrevistas, reportajes, programas especiales, comentarios y notas positivas de la dependencia y sus funcionarios en los diversos medios de comunicación;
- Atender las solicitudes de entrevistas e información de los representantes de los medios de comunicación, con la finalidad de que sus audiencias cuenten con la información actual del sector turístico;
- Transmitir las políticas, estrategias, programas y pronunciamientos de la C. Secretaria y/o funcionarios de la Secretaría, para que propicien una imagen positiva del sector e incentiven un crecimiento en el mismo;
- Dar seguimiento a las solicitudes de entrevistas que la dependencia formulan a los medios de comunicación y/o las que éstos realizan a la dependencia;
- Participar en la organización de las ruedas de prensa de la Secretaría de Turismo y sus órganos desconcentrados, con la finalidad de reunir a los representantes de los medios de comunicación para darles a conocer información de la dependencia que sea de interés público;
- Colaborar en la logística y desarrollo de los eventos institucionales para lograr los objetivos establecidos, y
- Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.