GACETA DEL GOBIERNO

Periódico Oficial del Gobierno del Estado de México
REGISTRO DGC NUM. 001 1021 CARACTERISTICAS 113282801

Mariano Matamoros Sur No. 308 C.P. 50130
Tomo CLXXIX A:202/3/001/02

Toluca de Lerdo, Méx., viernes 14 de enero del 2005
No. 10

SUMARIO:

PODER EJECUTIVO DEL ESTADO

MANUAL GENERAL DE ORGANIZACION DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA.

"2005. AÑO DE VASCO DE QUIROGA: HUMANISTA UNIVERSAL"

SECCION TERCERA

PODER EJECUTIVO DEL ESTADO

MANUAL GENERAL DE ORGANIZACION DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA

INDICE

Presentación .....
I. **Antecedentes** .....
II. **Base Legal** .....
III. **Objeto y Atribuciones** .....
IV. **Objetivo General** .....
V. **Estructura Orgánica** .....
VI. **Organigrama** .....
VII. **Objetivo y Funciones por Unidad Administrativa** .....

- **Unidad de Investigación y Mercadotecnia** .....
  - Secretaría Particular .....
  - Coordinación Administrativa .....
- **Dirección General de Seguimiento de Medios e Investigación** .....
  - Subdirección de Estudios de Opinión Pública .....
  - Departamento de Estudios Cuantitativos .....
  - Departamento de Estudios Cualitativos .....
  - Subdirección de Monitoreo .....
  - Departamento de Monitoreo de Televisión y Radio .....
  - Departamento de Monitoreo de Medios Impresos .....
  - Subdirección de Análisis y Documentación .....
  - Departamento de Análisis .....
  - Departamento de Documentación .....
- **Dirección General de Mercadotecnia** .....
  - Subdirección de Planeación y Producción .....
  - Departamento de Planeación Estratégica .....
  - Departamento de Redacción Publicitaria .....
  - Departamento Editorial .....
  - Subdirección de Creatividad .....
  - Departamento de Diseño e Internet .....
  - Departamento de Producción y Fotomecánica .....

VIII. Directorio .....
IX. Validación .....

PRESENTACION

La Administración Pública Estatal es el instrumento básico para convertir los objetivos, planes y programas gubernamentales en acciones y resultados concretos, orientados a responder a las expectativas de la sociedad mexiquense. Por ello, es indispensable que el aparato público cuente con los mecanismos administrativos que apoyen, aseguren y agilicen el cumplimiento de los actos de gobierno.

Para lograr una mayor efectividad social y mejores resultados en los servicios públicos, es necesario que las dependencias y organismos auxiliares de la Administración Pública, revisen y actualicen permanentemente sus formas de organización, sistemas de trabajo y procedimientos de atención a los usuarios, a efecto de hacerlos congruentes con las circunstancias del entorno social y la disposición de recursos.

Como parte de las acciones que se han realizado en esta materia y como resultado del análisis de los elementos administrativos existentes, se actualizó el Manual General de Organización de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, mismo que se constituye en un instrumento administrativo básico, toda vez que establece la forma de organización de esta dependencia, así como los objetivos y funciones de las unidades administrativas que la conforman.

El manual en cuestión es un documento que permitirá precisar a la Unidad de Investigación y Mecadotecnia las funciones de cada unidad administrativa, deslindar responsabilidades, evitar duplicidades, detectar omisiones, contar con un medio de información y orientación al público y, en general, mejorar la productividad y calidad de las actividades que tiene encomendadas.

I. ANTECEDENTES

El 9 de marzo de 1982 se expidió el Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea la Coordinación General de Comunicación Social, con el objeto de establecer un sistema de comunicación participativa que permitiera la rápida difusión de las acciones del Ejecutivo y que se convirtiera en un instrumento receptor de las demandas y necesidades de los diversos sectores del Estado.

En el marco de las acciones del Programa de Reestructuración de la Administración Pública Estatal, en mayo de 1995, la estructura de organización de la Coordinación General de Comunicación Social fue sujeta a diversas modificaciones entre las que se encuentran el cambio de denominación de la Dirección de Proyectos Especiales por Dirección de Publicidad, a la que se le adscribieron cuatro unidades administrativas: la Unidad de Programación de Medios, que cambió su denominación por la de Subdirección de Programación de Medios; así como sus dos departamentos, el de Programación y el de Difusión; y el Departamento de Comunicación Exterior y Señalización, que anteriormente dependía de la Unidad de Apoyo Administrativo, a la fecha Coordinación Administrativa. Más tarde, en noviembre de 1995, con el propósito de contribuir a la desconcentración administrativa se creó la Dirección Regional Zona Oriente para atender los asuntos de su competencia.

Toda vez que las tareas de la Dirección de Publicidad se ampliaron, con el propósito de articular de manera armónica las necesidades de difusión de la actividad gubernamental, a través de los distintos medios, en 1996 esta unidad administrativa elevó su nivel a Dirección General.

En 1997 se actualizó y publicó en el periódico oficial "Gaceta del Gobierno", el Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se modifica el diverso por el que se creó la Coordinación General de Comunicación Social y su Reglamento Interior.

No obstante de las modificaciones realizadas a la estructura de organización de la Coordinación General de Comunicación Social, se precisó la necesidad de contribuir, a partir de la creación de una unidad administrativa específica, al ejercicio de un gobierno democrático que impulsara la participación social y ofreciera servicios de calidad, así como para mejorar la interlocución entre el gobierno y la sociedad, a través del seguimiento de las tendencias de opinión y de las demandas ciudadanas expresadas en los medios de comunicación y en las encuestas aplicadas para tal efecto, a fin de evaluar la pertinencia y efectividad de sus acciones y las estrategias de comunicación pública.

En este sentido, el 23 de mayo de 2001, mediante Acuerdo del Ejecutivo, se creó la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, dependiente del titular del Poder Ejecutivo, para responder a las necesidades de comunicación de la población mexiquense y fortalecer la apertura democrática de los tiempos actuales, siendo su propósito fundamental la valoración del impacto de las acciones del gobierno y las estrategias de comunicación, mediante la evaluación permanente de las tendencias de opinión pública.

II. BASE LEGAL

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
  Diario Oficial, 5 de febrero de 1917, reformas y adiciones.
- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México.
  Periódico Oficial,10, 14 y 17 de noviembre de 1917, reformas y adiciones.
- Ley de Información Estadística y Geográfica.
  Diario Oficial de la Federación, 30 de diciembre de 1980, sus reformas y adiciones.
- Ley de Planeación.
  Diario Oficial de la Federación, 5 de enero de 1983, sus reformas y adiciones.
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
  Diario Oficial de la Federación, 4 de enero de 2000, sus reformas y adiciones.

- Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.
  Diario Oficial de la Federación, 4 de enero de 2000, sus reformas y adiciones.
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
  Diario Oficial de la Federación, 11 de junio de 2002.
- Ley Federal del Trabajo.
  Diario Oficial de la Federación, 1 de abril de 1970, sus reformas y adiciones.
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 17 de septiembre de 1981, sus reformas y adiciones.
- Ley del Trabajo de los Servidores Públicos del Estado y Municipios.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 23 de octubre de 1998.
- Ley de Seguridad Social para los Servidores Públicos del Estado de México y Municipios.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 3 de enero de 2002.
- Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y Municipios.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 11 de septiembre de 1990, sus reformas y adiciones.
- Ley de Planeación del Estado de México y Municipios.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 21 de diciembre del 2001, sus reformas y adiciones.
- Ley de Bienes del Estado de México y de sus Municipios.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 7 de marzo del 2000.
- Ley de Información e Investigación Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 26 de diciembre de 1991.
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 30 de abril de 2004.
- Ley de Ingresos del Estado de México para el ejercicio fiscal correspondiente.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México.
- Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de México para el ejercicio fiscal correspondiente.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México.
- Código Administrativo del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 13 de diciembre de 2001, sus reformas y adiciones.
- Código Financiero del Estado de México y Municipios.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 9 de marzo de 1999, sus reformas y adiciones.
- Código de Procedimientos Administrativos del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 7 de febrero de 1997, sus reformas y adiciones.
- Reglamento de la Ley de Información Estadística y Geográfica.
  Diario Oficial de la Federación, 3 de noviembre de 1982.
- Reglamento de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas.
  Diario Oficial de la Federación, 20 de agosto 2001.
- Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
  Diario Oficial de la Federación, 20 de agosto de 2001, sus reformas y adiciones.
- Reglamento de la Ley de Planeación del Estado de México y Municipios.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 16 de octubre de 2002.
- Reglamento del Libro Décimo Segundo del Código Administrativo del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 15 de diciembre de 2003.
- Reglamento del Libro Décimo Tercero del Código Administrativo del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 22 de diciembre de 2003.
- Reglamento para la Entrega-Recepción de Unidades Administrativas de la Administración Pública del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 26 de marzo de 2004.
- Reglamento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 18 de octubre de 2004.
- Reglamento Interior de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 11 de diciembre de 2001.
- Acuerdo por el que se Establecen las Normas Administrativas para la Asignación y Uso de Bienes y Servicios de las Dependencias, Organismos Auxiliares y Fideicomisos Públicos del Poder Ejecutivo Estatal.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 7 de mayo de 2001.

- Acuerdo por el que se establecen los lineamientos para la aplicación del Artículo 73 del Reglamento del Libro Décimo Segundo del Código Administrativo del Estado de México, referente a los requisitos necesarios para ingresar al registro del catálogo de contratistas, con respecto a las fracciones VIII y IX.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 19 de marzo de 2004.

- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 23 de mayo de 2001.

- Acuerdo que establece el Programa para la Conclusión del Periodo Constitucional del Ejecutivo Estatal 1999-2005.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 26 de marzo de 2004.

- Circular número 08/2003 por la que se dan a conocer las Normas para el Ejercicio y Control del Fondo Fijo de Caja, emitida por el Secretario de Finanzas y Planeación.
  30 de abril de 2003.

- Circular número 001/2004 por la que se emiten disposiciones de orden administrativo-financiero que deberán observar las Dependencias, Procuraduría General de Justicia, Coordinaciones Generales, Tribunales Administrativos, Organismos Auxiliares y Fideicomisos de la Administración Pública Estatal para el Ejercicio Fiscal 2004.
  Gaceta del Gobierno del Estado de México, 12 de marzo de 2004.

III. OBJETO Y ATRIBUCIONES

ACUERDO DEL EJECUTIVO DEL ESTADO POR EL QUE SE CREA LA UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA

PRIMERO.- Se crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia como una unidad administrativa dependiente del Ejecutivo del Estado.

SEGUNDO.- La Unidad de Investigación y Mercadotecnia tendrá por objeto:

I. Promover y realizar estudios de opinión pública para conocer el impacto de los programas y acciones del Poder Ejecutivo Estatal;

II. Diseñar estrategias de comunicación social para divulgar el quehacer gubernamental;

III. Monitorear y analizar la información que difundan los medios de comunicación masiva sobre las actividades del Poder Ejecutivo Estatal;

IV. Elaborar y entregar oportunamente al Gobernador del Estado y a los titulares de las dependencias, una síntesis informativa de los asuntos relevantes de la acción gubernamental;

V. Preparar el diseño gráfico de las publicaciones y materiales promocionales que difundan actividades relevantes del Poder Ejecutivo Estatal;

VI. Canalizar a las dependencias, según corresponda, información relativa a problemas que plantea la sociedad a través de los medios de comunicación;

VII. Establecer la normatividad y las políticas de imagen institucional del Gobierno del Estado, tanto gráfica como conceptual;

VIII. Coordinar las tareas de investigación y diseño de materiales orientados a divulgar los valores históricos y culturales que integran la identidad estatal;

IX. Supervisar la transmisión y publicación de mensajes en los medios de comunicación, en términos de calidad y oportunidad de la información que se difunde;

X. Integrar el acervo documental con la información que generen las dependencias del Poder Ejecutivo Estatal y con las notas que se recopilen diariamente de los medios de comunicación; y

XI. Las demás que le encomiende el titular del Poder Ejecutivo Estatal.

IV. OBJETIVO GENERAL

Coordinar el diseño e instrumentación de sistemas de captación y difusión de información, así como de comunicación especializada que permitan dar a conocer las actividades desarrolladas por el titular del Ejecutivo del Estado y por las dependencias de la administración pública estatal, así como para captar la tendencia de la opinión pública y de los medios de comunicación, que permitan generar una imagen institucional adecuada del quehacer público.

V. ESTRUCTURA ORGANICA

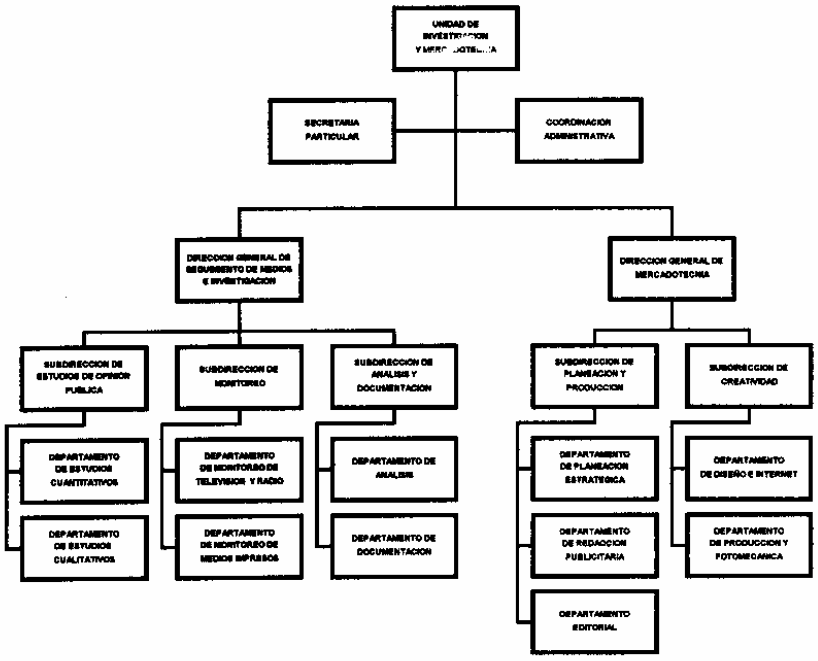
221000000	**Unidad de Investigación y Mercadotecnia**
221000100	**Secretaría Particular**
221000200	**Coordinación Administrativa**
221010000	**Dirección General de Seguimiento de Medios e Investigación**
221010100	Subdirección de Estudios de Opinión Pública

221010101	Departamento de Estudios Cuantitativos
221010102	Departamento de Estudios Cualitativos
221010200	Subdirección de Monitoreo
221010201	Departamento de Monitoreo de Televisión y Radio
221010202	Departamento de Monitoreo de Medios Impresos
221010300	Subdirección de Análisis y Documentación
221010301	Departamento de Análisis
221010302	Departamento de Documentación
221020000	**Dirección General de Mercadotecnia**
221001100	Subdirección de Planeación y Producción
221020101	Departamento de Planeación Estratégica
221020102	Departamento de Redacción Publicitaria
221020103	Departamento Editorial
221020200	Subdirección de Creatividad
221020201	Departamento de Diseño e Internet
221020202	Departamento de Producción y Fotomecánica

VI. ORGANIGRAMA

UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA

ORGANIGRAMA



MARZO DE 2002.

VII. OBJETIVO Y FUNCIONES POR UNIDAD ADMINISTRATIVA

221000000 UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA

OBJETIVO:

Evaluar, a través del análisis de la opinión pública y de la información generada en los medios, el desempeño y la imagen gubernamental para la eficiente aplicación de las estrategias de comunicación del gobierno estatal, a efecto de contribuir en el logro de las metas institucionales.

FUNCIONES:

- Organizar, planear y coordinar conjuntamente con las dependencias, organismos auxiliares y fideicomisos de la administración pública estatal, el diseño y la realización de programas o campañas específicas de comunicación.
- Proponer y acordar con el titular del Ejecutivo Estatal, los programas relativos a las campañas de difusión sobre el fomento de los valores históricos y culturales que constituyen la identidad estatal.
- Supervisar la captación oportuna de información diaria de los medios escritos y electrónicos, para proporcionarla a los servidores públicos del Gobierno del Estado de México.
- Establecer sistemas y mecanismos de comunicación que permitan captar información proveniente de la población para la adecuada toma de decisiones.
- Proponer al titular del Ejecutivo y hacer del conocimiento de las instancias públicas correspondientes, las normas y lineamientos para la publicación de carteles, folletos, trípticos, libros y cualquier otro medio a través de los cuales se difundan las acciones relevantes de la administración pública estatal.
- Coordinar y supervisar que las publicaciones oficiales cumplan con las políticas editoriales vigentes en la entidad.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221000100 SECRETARIA PARTICULAR

OBJETIVO:

Apoyar al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia en el cumplimiento de sus funciones y atención de los asuntos bajo su responsabilidad, mediante la organización y seguimiento de las actividades de la oficina, así como mantenerlo informado sobre los compromisos oficiales contraidos y los avances en el cumplimiento de los mismos.

FUNCIONES:

- Integrar y controlar la agenda del Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, registrando los compromisos, acuerdos, visitas, giras, entrevistas y demás actividades que deba realizar.
- Mantener contacto con dependencias y organismos auxiliares de los gobiernos federal, estatal y municipales, así como con otras instituciones y organizaciones cuyas actividades se relacionen con las de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Gestionar la atención oportuna de los asuntos turnados al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Coordinar la revisión y clasificación de la correspondencia oficial y personal del Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, acordando el trámite que se les dará y atendiendo aquellos asuntos que no requieran de su atención personal.
- Apoyar al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia en la preparación de sus acuerdos con el C. Gobernador y con otros funcionarios, integrando la información requerida de los asuntos a tratar.
- Acordar periódicamente con el Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia para someter a su consideración documentos, requerimientos de audiencias y demás asuntos relacionados con sus funciones.
- Canalizar a los directores generales los asuntos de su competencia, así como solicitar el avance o conclusión de los mismos para mantener informado al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia sobre su atención.
- Coordinar la organización de las reuniones de trabajo programadas por el Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, con los responsables de las unidades administrativas bajo su adscripción.
- Atender las audiencias que le encomiende el Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, así como registrar y controlar las peticiones presentadas por funcionarios y particulares en materia de comunicación social.
- Representar al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, en aquellos actos y eventos que éste le encomiende.
- Realizar el seguimiento e informar al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, sobre el avance en el cumplimiento de sus acuerdos con las dependencias y organismo auxiliares de la administración pública estatal.

- Mantener informado al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia sobre la documentación generada en las Direcciones Generales, así como de los boletines de prensa que sean emitidos por la Unidad.
- Atender los asuntos de carácter confidencial del Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Verificar que las unidades administrativas cumplan, en tiempo y forma, con los asuntos turnados para su atención.
- Mantener ordenados y actualizados los directorios, archivos y documentos del Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia para su eficiente consulta.
- Integrar los informes de las actividades de la Unidad y remitirlos a las instancias correspondientes.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221000200 COORDINACION ADMINISTRATIVA

OBJETIVO:

Planear y coordinar las actividades relativas al control y suministro de los recursos humanos, materiales, financieros y técnicos, así como de servicios generales que requieran las áreas que integran la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, atendiendo a los lineamientos en la materia y optimizando el presupuesto asignado.

FUNCIONES:

- Formular el anteproyecto de Presupuesto Anual de Egresos de la Unidad, en coordinación con los responsables de las direcciones generales, así como definir su programación y vigilar su aplicación.
- Formular el programa anual de adquisiciones, arrendamientos, mantenimiento y servicios generales de la Unidad, con base en los lineamientos que en la materia emita la Secretaría de Finanzas, Planeación y Administración.
- Planear, organizar y controlar los recursos humanos, materiales, financieros y técnicos necesarios para el óptimo desempeño de las actividades de la Unidad.
- Contribuir en la elaboración, instrumentación y control de los programas y proyectos administrativos de la Unidad.
- Realizar las acciones de registro, mantenimiento y conservación de los bienes muebles, inmuebles y equipo asignados a las unidades administrativas de la Unidad.
- Programar y gestionar ante la Dirección General de Adquisiciones y Control Patrimonial las requisiciones, almacenamiento y suministro de enseres, papelería, equipo, etc., así como la obtención de los servicios que requiera la Unidad para el desarrollo de sus funciones.
- Observar y hacer cumplir las normas y controles de fiscalización que emita la Secretaría de la Contraloría.
- Cumplir y vigilar que se observen las disposiciones de racionalidad, austeridad y disciplina presupuestales, así como los lineamientos, políticas y demás disposiciones administrativas que las dependencias de coordinación global establezcan.
- Coordinar la recepción de fondos financieros y realizar los pagos de los pedidos fincados ante proveedores y contratistas, con base en la normatividad establecida por la Secretaría de Finanzas, Planeación y Administración.
- Mantener informado al Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia sobre el avance y comportamiento del ejercicio del presupuesto de gasto corriente y de inversión, así como atender los requerimientos de información presupuestal y financiera que le sean solicitados.
- Elaborar y actualizar permanentemente los manuales de organización, de políticas y de procedimientos de las unidades administrativas que integran la Unidad, en coordinación con la Dirección General de Innovación, Estructura y Organización.
- Realizar estudios, análisis y diagnósticos de la estructura, sistemas y procedimientos de trabajo de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Efectuar los trámites necesarios ante la Dirección General de Administración de Personal para las altas, bajas, cambios, permisos, licencias y demás incidencias del personal adscrito a la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, así como efectuar ante el Instituto de Seguridad Social del Estado de México y Municipios los trámites correspondientes.
- Gestionar ante el Instituto de Profesionalización de los Servidores Públicos del Poder Ejecutivo del Gobierno del Estado de México; la realización de cursos de capacitación, adiestramiento, motivación e incentivación que se requieran, así como fomentar la participación del personal para propiciar su desarrollo integral.
- Coordinar la entrega y recepción de las unidades administrativas de la Unidad, para cumplir con las normas y procedimientos establecidos en la materia.
- Promover la ejecución de acciones de modernización y calidad en las áreas de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, conforme a las normas y lineamientos que se emitan en la materia.

- Vigilar y controlar la recepción, almacenamiento y distribución de los recursos materiales que soliciten las unidades administrativas de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.

- Elaborar los informes programático-presupuestales mensuales, trimestrales y anuales que den cuenta de las actividades desarrollas por la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.

- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010000 DIRECCION GENERAL DE SEGUIMIENTO DE MEDIOS E INVESTIGACION

OBJETIVO:

Contribuir al mejoramiento y aplicación de las estrategias de comunicación institucional del Gobierno del Estado de México, a través del análisis y evaluación de la opinión pública y de la información generada por los medios de comunicación masiva, con base en su evolución, comportamiento presente y resultados.

FUNCIONES:

- Analizar y evaluar la imagen que los medios de comunicación presentan sobre el acontecer sociopolítico del Estado de México, tanto en su contexto nacional como estatal.

- Planear, coordinar y realizar estudios sobre las actitudes, opiniones y comportamiento ciudadano con respecto a las acciones del gobierno y de sus principales actores políticos, a efecto de proporcionar información objetiva, oportuna y relevante para la toma de decisiones y para la elaboración de estrategias de comunicación social.

- Analizar la información generada por los diversos medios de comunicación y por los grupos de opinión ciudadana, así como detectar aquellos referentes a inquietudes de la ciudadanía sobre problemas específicos, con el propósito de canalizarla a las dependencias correspondientes para su atención.

- Elaborar informes y diagnósticos periódicos sobre el desarrollo y evolución de los medios de comunicación estatales, públicos y privados.

- Analizar y evaluar sistemáticamente la producción en materia de comunicación institucional del Gobierno del Estado de México.

- Realizar investigaciones cuantitativas y cualitativas tendientes a conocer el perfil y las necesidades de información de los diversos públicos de los medios de comunicación nacionales y estatales: lectores, audiencias y teleaudiencias, *ratings, etc.*

- Recopilar y organizar la información documental y audiovisual sobre las principales noticias emitidas por los diversos medios de comunicación y la información elaborada con fines de comunicación institucional y resguardarla en un centro de documentación especializado.

- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010100 SUBDIRECCION DE ESTUDIOS DE OPINION PUBLICA

OBJETIVO:

Evaluar y/o detectar, a través de la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social, la opinión de la comunidad respecto a las acciones del Ejecutivo Estatal, de sus dependencias y de los diversos actores políticos que intervienen en el acontecer sociopolítico mexiquense.

FUNCIONES:

- Realizar y aplicar técnicas cualitativas (grupos de discusión, entrevistas a profundidad, análisis de contenido, pruebas proyectivas, etc.) que permitan conocer la opinión e interpretación de la población acerca de las acciones comunicativas del gobierno, a efecto de evaluarlas y validarlas.

- Realizar y aplicar técnicas cuantitativas (encuestas, sondeos de opinión, etc.) sobre la imagen y posicionamiento del titular del Ejecutivo Estatal ante la sociedad, así como de las acciones y programas emprendidos por su gobierno.

- Identificar y detectar la información relativa a demandas ciudadanas sobre problemas, para canalizarla a las dependencias o ayuntamientos para su debida atención.

- Recabar la información referente a las respuestas dadas a las demandas y problemas planteados por la población y turnarlas a los medios de comunicación para su difusión.

- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010101 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS CUANTITATIVOS

OBJETIVO:

Evaluar, analizar y dar seguimiento al comportamiento de la opinión pública, a través del uso y aplicación de las técnicas cuantitativas de investigación social (encuestas, sondeos, etc.) con respecto a las acciones del Gobierno del Estado y sus diversos actores políticos.

FUNCIONES:

- Diseñar, supervisar y realizar encuestas y sondeos de opinión sobre la imagen del Gobierno, el titular del Ejecutivo, así como de las acciones y programas emprendidos por éstos.
- Identificar y detectar la información relativa a demandas ciudadanas y canalizarla a las dependencias correspondientes.
- Evaluar, por medio de técnicas cuantitativas, la penetración y aceptación de las acciones comunicativas del Gobierno y del titular del Ejecutivo Estatal.
- Realizar el seguimiento sobre la evolución de la opinión ciudadana respecto de la imagen del Gobierno, efectuando las estadísticas correspondientes.
- Aplicar técnicas de investigación documental y de campo necesarias para conocer el grado de identidad estatal de la población.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010102 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS CUALITATIVOS

OBJETIVO:

Evaluar, analizar y dar seguimiento al comportamiento de la opinión pública, a través del uso y aplicación de técnicas cualitativas de investigación social (grupos de discusión, análisis de contenido, entrevistas a profundidad, etc.), con respecto a las acciones del Gobierno del Estado y sus diversos actores políticos.

FUNCIONES:

- Diseñar, realizar y supervisar la operación de grupos de discusión, análisis de contenido, entrevistas a profundidad, etc., que tengan por objeto conocer las representaciones, percepciones y actitudes que la ciudadanía mexiquense tiene sobre las actividades del gobierno y sus principales actores políticos.
- Identificar y detectar la información relativa a demandas ciudadanas y canalizarla a las dependencias correspondientes.
- Evaluar, por medio de técnicas cuantitativas, la credibilidad y la aceptación de las acciones comunicativas del gobierno y del titular del Ejecutivo Estatal.
- Elaborar perfiles psicográficos de los diferentes segmentos de la población mexiquense para conocer su modo de pensar, sus estilos de vida y sus inquietudes, primordialmente.
- Aplicar técnicas de investigación documental y de campo para conocer el grado de identidad de la población que vive en el Estado de México.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010200 SUBDIRECCION DE MONITOREO

OBJETIVO:

Diseñar, elaborar y supervisar procedimientos sistemáticos, objetivos y confiables para analizar la información transmitida por los medios de comunicación sobre las actividades del Gobierno del Estado y sus representantes.

FUNCIONES:

- Analizar y evaluar la producción de comunicación emitida por los servidores públicos y por los diversos órganos de difusión nacionales y estatales, verificando su congruencia con las acciones reales del gobierno.
- Elaborar, periódicamente, síntesis, reportes y documentos analíticos en los que se muestre el impacto del quehacer gubernamental y sus repercusiones, a través de los medios de comunicación.
- Coordinar el seguimiento de la imagen del Gobernador y de los diversos actores políticos en los medios de comunicación nacionales y estatales.
- Proponer medidas para mejorar continuamente la presentación y difusión de información, garantizando las condiciones de oportunidad y veracidad.
- Elaborar y coordinar la integración de la carpeta de análisis de medios, del análisis del panorama informativo diario y del resumen de columnas políticas.
- Supervisar y dar seguimiento al Sistema de Atención a Demandas Ciudadanas (SIADEC).
- Coordinar la elaboración de los análisis de información temática y especialidades publicadas en los diversos medios informativos.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010201 DEPARTAMENTO DE MONITOREO DE TELEVISION Y RADIO

OBJETIVO:

Captar y dar seguimiento a los acontecimientos relacionados con el acontecer gubernamental en la entidad, transmitidos al público a través de la televisión y la radio nacionales y estatales.

FUNCIONES:

- Monitorear los medios de comunicación electrónicos locales y nacionales, así como captar la información noticiosa respecto al acontecer público administrativo de la entidad.
- Captar las quejas y denuncias presentadas por el público en general a través de los diversos medios de comunicación, para turnarlas a las instancias correspondientes para su atención, así como establecer un sistema de seguimiento que permita conocer el avance en el cumplimiento de las mismas.
- Evaluar la información relacionada con las actividades del Gobierno Estatal, difundida a través de la radio y la televisión.
- Elaborar el reporte diario de monitoreo y presentarlo a las instancias que corresponda.
- Distribuir con oportunidad los reportes de monitoreo, de televisión y de radio, a los servidores públicos autorizados por la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Integrar, clasificar y sintetizar la información diaria emitida por las estaciones radiodifusoras y televisoras que sea de interés para los servidores públicos del Gobierno Estatal en el desempeño de sus funciones.
- Realizar análisis y evaluaciones periódicas para conocer el contenido de la imagen gubernamental en medios audiovisuales.
- Analizar y dar seguimiento a las noticias difundidas a través de medios escritos, para determinar su trascendencia e impacto social.
- Elaborar análisis y reportes inmediatos sobre el impacto causado por la información transmitida en los medios audiovisuales sobre el quehacer gubernamental.
- Informar a la Unidad de Investigación y Mercadotecnia la problemática difundida en los medios audiovisuales entre la población del Estado.
- Recopilar e integrar en carpetas la información transmitida en la televisión y la radio nacional y estatal.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010202 DEPARTAMENTO DE MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

OBJETIVO:

Realizar la selección, análisis y síntesis de la información que editan los principales diarios, revistas nacionales y locales y otros medios impresos, sobre el acontecer sociopolítico de la entidad.

FUNCIONES:

- Recopilar, ordenar y clasificar la información referente al quehacer gubernamental publicada en los periódicos estatales y nacionales y elaborar la síntesis correspondiente.
- Proporcionar a los titulares de las dependencias gubernamentales la síntesis informativa de medios impresos y otros reportes, para enterarlos de la situación que prevalece en la entidad.
- Analizar y dar seguimiento a las notas periodísticas relevantes para determinar su trascendencia e impacto social.
- Informar a la Unidad de Investigación y Mercadotecnia la problemática que a través de los medios impresos se difunde entre la población del Estado.
- Analizar y reportar, de manera inmediata, el impacto causado por la información que sobre el quehacer gubernamental se difunde a través de los medios impresos.
- Recopilar los boletines de prensa emitidos por la Coordinación General de Comunicación Social en los diarios estatales y nacionales.
- Elaborar la síntesis de las publicaciones que sobre el quehacer gubernamental se difundan en revistas semanales y mensuales.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010300 SUBDIRECCION DE ANALISIS Y DOCUMENTACION

OBJETIVO:

Diseñar y aplicar sistemas de recuperación y resguardo de información que permitan acceder y conservar la información relevante producida con fines comunicativos por el Gobierno y sus dependencias, así como por la opinión pública y los medios de comunicación.

FUNCIONES:

- Diseñar sistemas de información y de resguardo que permitan hacer un uso eficaz y eficiente de la información institucional: captura, conservación y uso de los acervos con que cuenta la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Proporcionar los soportes documentales, gráficos y audiovisuales a las áreas especializadas en la difusión de la imagen institucional que así lo soliciten.
- Diseñar y desarrollar un sistema de información computarizado y digitalizado, al cual tenga acceso el Ejecutivo Estatal, los funcionarios públicos, la Unidad de Investigación y Mercadotecnia y las direcciones generales.
- Integrar y operar un centro de documentación en el que se recopile y resguarde la memoria de las acciones comunicativas más relevantes del Gobierno Estatal y del titular del Ejecutivo.
- Operar un sistema de archivo para resguardar la información generada por las dependencias del Poder Ejecutivo Estatal.
- Recopilar y resguardar las notas periodísticas en las que se haga mención de las acciones realizadas por el titular del Poder Ejecutivo Estatal.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010301 DEPARTAMENTO DE ANALISIS

OBJETIVO:

Elaborar estudios sobre el perfil de los medios de comunicación, así como del perfil psicográfico y sociodemográfico de los diferentes segmentos de la población, para conocer el alcance y la cobertura de los medios y los hábitos y costumbres del público.

FUNCIONES:

- Establecer mecanismos y técnicas que permitan identificar y analizar el comportamiento del público que consulta los medios masivos de comunicación: lectores, audiencias, televidentes, etc., en las diversas regiones de la entidad.
- Realizar estudios relacionados con el crecimiento, alcance y penetración de los medios de comunicación a nivel nacional, estatal y regional en el Estado de México, para conocer el grado de penetración de la información que se difunde sobre las acciones realizadas por el Gobierno Estatal.
- Realizar investigaciones en los diversos sectores, para verificar y evaluar el alcance y la validez de los medios de comunicación utilizados, verificando que se cumplan los objetivos de las campañas publicitarias u otras estrategias comunicativas.
- Diseñar y operar un sistema que permita analizar y evaluar la información que sobre el quehacer gubernamental se emite a través de los medios de comunicación.
- Analizar y dar seguimiento al comportamiento de los *opinion makers* y de las empresas mediáticas y sus empresarios.
- Elaborar reportes, informes y notas para identificar las características generales de la información que presentan los medios masivos sobre las acciones del Gobierno Estatal, así como proponer medidas que coadyuven a incrementar su impacto.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221010302 DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACION

OBJETIVO:

Establecer un sistema de registro, resguardo y recuperación de la documentación gráfica y audiovisual publicada en medios informativos, relacionada con la evolución social, pública, económica y cultural del Estado, así como de las acciones relevantes del Gobierno, para hacer más expedita su consulta y análisis.

FUNCIONES:

- Clasificar y archivar los documentos gráficos y audiovisuales publicados en medios de comunicación, relacionados con la dinámica económica, política, social y cultural de la entidad.
- Mantener actualizado el banco de datos de los sistemas de información más relevantes de las actividades gubernamentales, para hacer más rápida y eficiente su consulta.

- Establecer y operar un sistema de préstamo de la documentación gráfica y documental resguardada, para garantizar su control y conservación.

- Elaborar catálogos del acervo documental resguardado en el centro de documentación, así como fichas de identificación cronológica, por tema, autor y denominación de las publicaciones o documentos concentrados.

- Verificar que las condiciones ambientales de las instalaciones del centro de documentación permitan la conservación física de los acervos.

- Analizar y depurar permanentemente la información existente, para mantener actualizada la información resguardada en el centro de documentación.

- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020000 DIRECCION GENERAL DE MERCADOTECNIA

OBJETIVO:

Coadyuvar en el fortalecimiento de la imagen gubernamental y de la identidad estatal, a través del diseño y desarrollo de programas y estrategias de comunicación y publicaciones oficiales, en el marco de la política de comunicación institucional establecida.

FUNCIONES:

- Coordinar la elaboración de planes y programas de comunicación en apoyo a la imagen gubernamental y al fortalecimiento de la identidad estatal instruidos por la Unidad de Investigación y Mercadotecnia o derivados del Programa Institucional de Comunicación Pública y Fortalecimiento Informativo.

- Coordinar el desarrollo y diseño de estrategias integrales de comunicación que permitan incrementar la difusión del quehacer gubernamental entre la opinión pública, en torno a las obras, programas o servicios públicos más relevantes.

- Asesorar a las dependencias y organismos auxiliares de la Administración Pública Estatal en el diseño de estrategias integrales de comunicación, en congruencia con las políticas de comunicación institucional.

- Supervisar la orientación y pertinencia de los contenidos de las campañas de comunicación relativas a los programas o servicios que desarrollan las dependencias del Ejecutivo Estatal.

- Coordinar el desarrollo de estrategias de comunicación organizacional, dirigidas a los servidores públicos del Gobierno Estatal, que permitan difundir, fortalecer y eficientar el trabajo institucional.

- Proponer el uso de instrumentos alternos que permitan, mediante una selección eficiente de los mismos, la mayor penetración y cobertura de los mensajes gubernamentales.

- Dirigir la integración de los planes de medios, verificando que sean los más apropiados para atender los públicos meta, de acuerdo con la naturaleza de los mensajes y la suficiencia presupuestal.

- Coordinar la integración y validar los contenidos del Programa Editorial Anual de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia y de la Dirección General de Mercadotecnia.

- Coordinar y supervisar los procesos de conceptualización, diseño y producción de las publicaciones oficiales, periódicas y especializadas en las que se difunda la acción gubernamental y la identidad estatal.

- Dictaminar, con base en los lineamientos establecidos en el Manual de Normas y Políticas para la Edición de Publicaciones Oficiales y como asesor técnico del Comité Editorial de la Administración Pública Estatal, la pertinencia y orientación de las publicaciones oficiales periódicas y extraordinarias.

- Coordinar el desarrollo y conceptualización del Manual de Uso de la Imagen Gráfica Institucional.

- Formular y difundir, entre las dependencias y organismos auxiliares de la administración pública estatal, los lineamientos para el uso de la identidad gráfica institucional del Gobierno del Estado de México y supervisar su observancia.

- Coordinar el apoyo técnico que se brinda a las dependencias y organismos auxiliares del Ejecutivo Estatal en el diseño de productos específicos de comunicación o entrega de materiales gráficos de identidad institucional.

- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020100 SUBDIRECCION DE PLANEACION Y PRODUCCION

OBJETIVO:

Proponer y desarrollar estrategias de comunicación, periódicas y coyunturales, para difundir la imagen gubernamental y la identidad estatal.

FUNCIONES:

- Coordinar la investigación y recopilación de información para integrar el contenido de las campañas de difusión y de las publicaciones oficiales.
- Proponer, a partir del análisis y conceptualización de las campañas o estrategias diseñadas, los objetivos, mensajes y medios a utilizar, tomando en consideración las características de la población a la que se van a dirigir.
- Verificar los contenidos de los productos de comunicación seleccionados para la difusión de mensajes, tales como guiones de radio, de televisión y de cine, carteles, folletos, volantes, mantas, bardas y carteleras, entre otros.
- Coordinar la integración de contenidos y verificar la corrección de las publicaciones oficiales, periódicas y especializadas vinculadas con la difusión de la acción gubernamental y la identidad estatal.
- Proponer los periodos y características (frecuencia e intensidad) de los mensajes a difundir a través de los diferentes medios de comunicación (impresos, electrónicos, masivos o alternos).
- Asesorar a las dependencias y organismos auxiliares de la administración pública estatal en el diseño y planeación de estrategias de difusión y en la elaboración de publicaciones oficiales.
- Diseñar y desarrollar proyectos especiales requeridos por la Dirección General de Mercadotecnia, proporcionando de manera sistemática y oportuna los reportes, documentos o avances de los materiales encomendados.
- Coordinar la elaboración del programa anual de campañas de difusión sobre la imagen gubernamental y la identidad estatal.
- Contribuir en la integración del Programa Editorial Anual de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020101 DEPARTAMENTO DE PLANEACION ESTRATEGICA

OBJETIVO:

Desarrollar proyectos de investigación y sistematizar la información para integrar los contenidos de las campañas de comunicación y para las publicaciones oficiales en las que se difunde la acción gubernamental y la identidad estatal.

FUNCIONES:

- Desarrollar proyectos de investigación documental y de campo para la elaboración y producción de materiales de comunicación sobre la acción gubernamental y la identidad estatal.
- Colaborar en la integración del acervo documental y fotográfico de la Dirección General de Mercadotecnia.
- Sistematizar la información recabada sobre aspectos históricos y culturales del Estado y sus municipios, así como del avance de los programas y acciones de gobierno.
- Proponer y elaborar trípticos, folletos, suplementos, inserciones en revistas especializadas, audiovisuales, exposiciones y página web, para difundir la acción gubernamental y la identidad estatal.
- Investigar y proporcionar asesoría para la elaboración de materiales o documentos para difundir la identidad estatal.
- Elaborar contenidos promocionales e informativos de acuerdo con los medios programados en cada campaña, estrategia o programa de difusión.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020102 DEPARTAMENTO DE REDACCION PUBLICITARIA

OBJETIVO:

Diseñar y desarrollar estrategias de difusión, así como elaborar el programa anual de campañas de difusión sobre la acción gubernamental y la identidad estatal.

FUNCIONES:

- Elaborar el programa anual de campañas de difusión sobre la imagen gubernamental y la identidad estatal.
- Diseñar las campañas de difusión instruidas por la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, así como las solicitadas por las dependencias del Ejecutivo Estatal.
- Proponer los mensajes y los medios de comunicación a utilizar en cada campaña, tomando en consideración las características del auditorio al que habrán de dirigirse las acciones de difusión.

- Proponer los períodos, la frecuencia e intensidad de los mensajes para lograr la cobertura y el impacto deseados.
- Supervisar la producción de los materiales impresos y audiovisuales que se requieran en cada caso, así como verificar que la información contenida sea correcta.
- Proporcionar asesoría y apoyo técnico a las dependencias del Ejecutivo para la planeación y desarrollo de estrategias de comunicación.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020103 DEPARTAMENTO EDITORIAL

OBJETIVO:

Planear y supervisar el proceso de edición de las publicaciones oficiales, promocionales e informativas, a través de las cuales se difunde la acción gubernamental y la identidad estatal.

FUNCIONES:

- Elaborar publicaciones oficiales, periódicas y especializadas, a través de las cuales se difunda la acción de gobierno y la identidad estatal.
- Recopilar y analizar la información necesaria para elaborar los contenidos de las publicaciones, así como seleccionar los gráficos a incluir y supervisar la edición de las publicaciones oficiales periódicas.
- Elaborar publicaciones especializadas tales como inserciones para revistas, suplementos, encartes, libros, folletos y página web.
- Recopilar y editar los discursos pronunciados por el C. Gobernador y los Informes de Gobierno, así como la memoria o crónica sexenal.
- Revisar la información contenida en anuncios oficiales, avisos, convocatorias, licitaciones y otros, a efecto de verificar que la información que será difundida sea correcta.
- Proporcionar asesoría y apoyo a las dependencias del Ejecutivo en la integración y desarrollo de proyectos editoriales.
- Supervisar la producción de los materiales impresos y audiovisuales considerados en cada proyecto editorial.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020200 SUBDIRECCION DE CREATIVIDAD

OBJETIVO:

Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades técnico-administrativas inherentes a la producción creativa, mediante la aplicación del proceso de comunicación, generando la imagen para la difusión y promoción de la actividad gubernamental.

FUNCIONES:

- Analizar los productos que envían las dependencias del Ejecutivo Estatal, vigilando la correcta aplicación normativa para emitir dictámenes técnicos de autorización.
- Coordinar y supervisar el desarrollo de conceptos gráficos alusivos a campañas integrales o específicas, solicitados por las dependencias del Ejecutivo Estatal.
- Inspeccionar la correcta aplicación de conceptos gráficos en los diversos materiales de comunicación, tales como carteles, folletos, inserciones de prensa, carteleras espectaculares, entre otros.
- Supervisar y elaborar el diseño y producción de materiales gráficos.
- Asesorar a las dependencias del Ejecutivo Estatal en el diseño y producción de materiales impresos.
- Supervisar las pruebas de color de materiales de comunicación, relacionados con campañas estratégicas de comunicación, publicaciones oficiales calendarizadas y ediciones especiales y extraordinarias, para autorizar las pruebas de prensa y/o pruebas de página que garanticen los estándares de calidad requeridos en la difusión y promoción de la obra gubernamental.
- Supervisar la conceptualización y desarrollo del Manual de Uso de la Imagen Gráfica Institucional.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020201 DEPARTAMENTO DE DISEÑO E INTERNET

OBJETIVO:

Desarrollar los conceptos y elementos gráficos de los mensajes correspondientes a las publicaciones oficiales, los programas, las estrategias y campañas de comunicación, para proyectar la imagen, el quehacer gubernamental y la identidad estatal, a través de productos gráficos impresos y de la red mundial (Internet).

FUNCIONES:

- Elaborar y actualizar el Manual de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México.
- Realizar la conceptualización gráfica de las campañas de difusión, de acuerdo con la naturaleza de los mensajes, el tipo de medios a utilizar, las características del auditorio al que están dirigidas y las consideraciones y requerimientos de la dependencia solicitante.
- Elaborar propuestas de diseño gráfico y editorial para las publicaciones oficiales, periódicas y especializadas.
- Diseñar bocetos y elaborar originales electrónicos de los materiales impresos y audiovisuales requeridos para cada campaña de difusión y para las publicaciones oficiales.
- Proporcionar asesoría y apoyo técnico a las dependencias de la administración pública estatal, para el diseño gráfico de materiales impresos y audiovisuales.
- Incorporar a la página web la información oficial relacionada con las actividades del titular del Ejecutivo Estatal y de las dependencias de la administración pública estatal (boletines, comunicados de prensa, fotografías y discursos).
- Mantener actualizada la página de identidad estatal en la que se incluye información relacionada con la historia, los personajes, los valores cívicos y los símbolos que identifican a los mexiquenses.
- Mantener actualizada la página dedicada a los reportajes de las acciones de gobierno más destacadas.
- Investigar nuevos productos, técnicas y recursos de comunicación, para su incorporación en las actividades de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Asesorar y apoyar a las áreas de informática de las dependencias gubernamentales, en cuanto al uso de la imagen institucional.
- Realizar el seguimiento de los productos gráficos, cuando así se requiera, hasta el momento de su impresión o publicación.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

221020202 DEPARTAMENTO DE PRODUCCION Y FOTOMECANICA

OBJETIVO:

Contribuir en la conceptualización, diseño y producción de materiales de comunicación, para medios impresos y electrónicos, en el marco de los lineamientos de Imagen Gráfica Institucional.

FUNCIONES:

- Realizar la captura y formateo de textos informativos y promocionales para la preparación de materiales impresos y electrónicos.
- Elaborar los originales electrónicos de materiales impresos relativos a campañas y productos específicos de comunicación, solicitados por las dependencias del Gobierno Estatal.
- Producir originales mecánicos para su publicación en medios de comunicación periódicos y especializados, tales como anuncios, convocatorias, licitaciones, edictos, avisos gubernamentales y papelería oficial, entre otros.
- Diseñar y producir materiales demostrativos, como láminas y álbumes para salas de prensa o eventos especiales.
- Proporcionar apoyo técnico a las dependencias del Ejecutivo Estatal, en la producción de materiales de imagen gráfica, para documentos impresos y demostrativos.
- Elaborar gráficas y dibujos para campañas estratégicas de comunicación, programas de trabajo o publicaciones especiales.
- Diseñar y producir cédulas técnicas para el montaje de exposiciones diversas.
- Diseñar y producir informes, manuales, guías técnicas y/o programas de trabajo solicitados por las unidades administrativas de la administración pública estatal.

- Desarrollar ilustraciones para la representación gráfica de mensajes en medios impresos y electrónicos, spots de televisión o cápsulas de cine (story boards) y rotafolios, entre otros.

- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

VIII. DIRECTORIO

Lic. Arturo Montiel Rojas
Gobernador Constitucional del Estado de México

Lic. Oscar Ignorosa Mijangos
Jefe de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia

Dr. Rafael Serrano Partida
Director General de Seguimiento de Medios e Investigación

Lic. Irma Cruz Esquivel
Directora General de Mercadotecnia

IX. VALIDACION

LIC. OSCAR IGNOROSA MIJANGOS
JEFE DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION
Y MERCADOTECNIA
(RUBRICA)

LIC. ENRIQUE OLASCOAGA CARBAJAL
DIRECTOR GENERAL DE INNOVACION,
ESTRUCTURA Y ORGANIZACION
(RUBRICA)

DR. RAFAEL SERRANO PARTIDA
DIRECTOR GENERAL DE SEGUIMIENTO DE
MEDIOS E INVESTIGACION
(RUBRICA)

LIC. IRMA CRUZ ESQUIVEL
DIRECTORA GENERAL DE MERCADOTECNIA
(RUBRICA)