



GACETA DEL GOBIERNO



ESTADO DE MÉXICO

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

Mariano Matamoros Sur No. 308 C.P. 50130
Tomo CXC A:202/3/001/02
Número de ejemplares impresos: 300

Toluca de Lerdo, Méx., viernes 6 de agosto de 2010
No. 22

COORDINACION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL

SUMARIO:

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCION GENERAL DE
MERCADOTECNIA.

“2010. AÑO DEL BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE MEXICO”



1810-2010

SECCION TERCERA

PODER EJECUTIVO DEL ESTADO

COORDINACION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCION GENERAL DE MERCADOTECNIA

MAYO DE 2010

INDICE

	Apartado
Presentación	I
Objetivo General	II
Identificación e Interacción de Procesos	III
Relación de Procesos y Procedimientos	IV
Descripción de los Procedimientos	V
5.1 Realización, planeación y conceptualización creativa de estrategias y campañas integrales de difusión sobre el quehacer gubernamental	
5.1.1 Diseño de Campañas de Comunicación Institucional. 214060000	
5.2 Supervisión, asesoría y desarrollo de conceptos gráficos relativos al diseño y la producción de publicaciones oficiales y materiales promocionales	
5.2.1 Elaboración de diseños de Publicaciones Oficiales. 214060100	
5.2.2 Asesoría y Apoyo Técnico para la producción de materiales promocionales. 214060202	
5.3 Emisión de Dictamen Técnico sobre Identidad Gráfica Institucional para materiales promocionales, impresos, audiovisuales, de comunicación externa y señalización	
5.3.1 Emisión de dictamen técnico sobre la imagen institucional. 214060200	
Simbología	VI
Registro de Ediciones	VII
Distribución	VIII
Validación	IX

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera
	Fecha: Mayo de 2010
	Código: 214060000
	Página :

I. PRESENTACIÓN

La sociedad mexiquense exige de su gobierno cercanía y responsabilidad para lograr, con hechos, obras y acciones, mejores condiciones de vida y constante prosperidad.

Por ello, el licenciado Enrique Peña Nieto, Gobernador Constitucional del Estado de México, impulsa la construcción de un gobierno eficiente y de resultados, cuya premisa fundamental es la generación de acuerdos y consensos para la solución de las demandas sociales.

El buen gobierno se sustenta en una administración pública más eficiente en el uso de sus recursos y más eficaz en el logro de sus propósitos. El cuidado es el factor principal de su atención y la solución de los problemas públicos su prioridad.

En este contexto, la Administración Pública Estatal transita a un nuevo modelo de gestión, orientado a la generación de resultados de valor para la ciudadanía. Este modelo propugna por garantizar la estabilidad de las instituciones que han demostrado su eficacia, pero también por el cambio de aquellas que es necesario modernizar.

La solidez y el buen desempeño de las instituciones gubernamentales tienen como base las mejores prácticas administrativas emanadas de la permanente revisión y actualización de las estructuras organizacionales y sistemas de trabajo, del diseño e instrumentación de proyectos de innovación y del establecimiento de sistemas de gestión de calidad.

El presente manual administrativo documenta la acción organizada para dar cumplimiento a la misión de la Coordinación General de Comunicación Social. La estructura organizativa, la división del trabajo, los mecanismos de coordinación y comunicación, las funciones y actividades encomendadas, el nivel de centralización o descentralización, los procesos clave de la organización y los resultados que se obtienen, son algunos de los aspectos que delinean la gestión administrativa de esta dependencia del Ejecutivo Estatal.

Este documento contribuye en la planificación, conocimiento, aprendizaje y evaluación de la acción administrativa. El reto impostergable es la transformación de la cultura de las dependencias y organismos auxiliares hacia nuevos esquemas de responsabilidad, transparencia, organización, liderazgo y productividad.

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera
	Fecha: Mayo de 2010
	Código: 214060000
	Página :

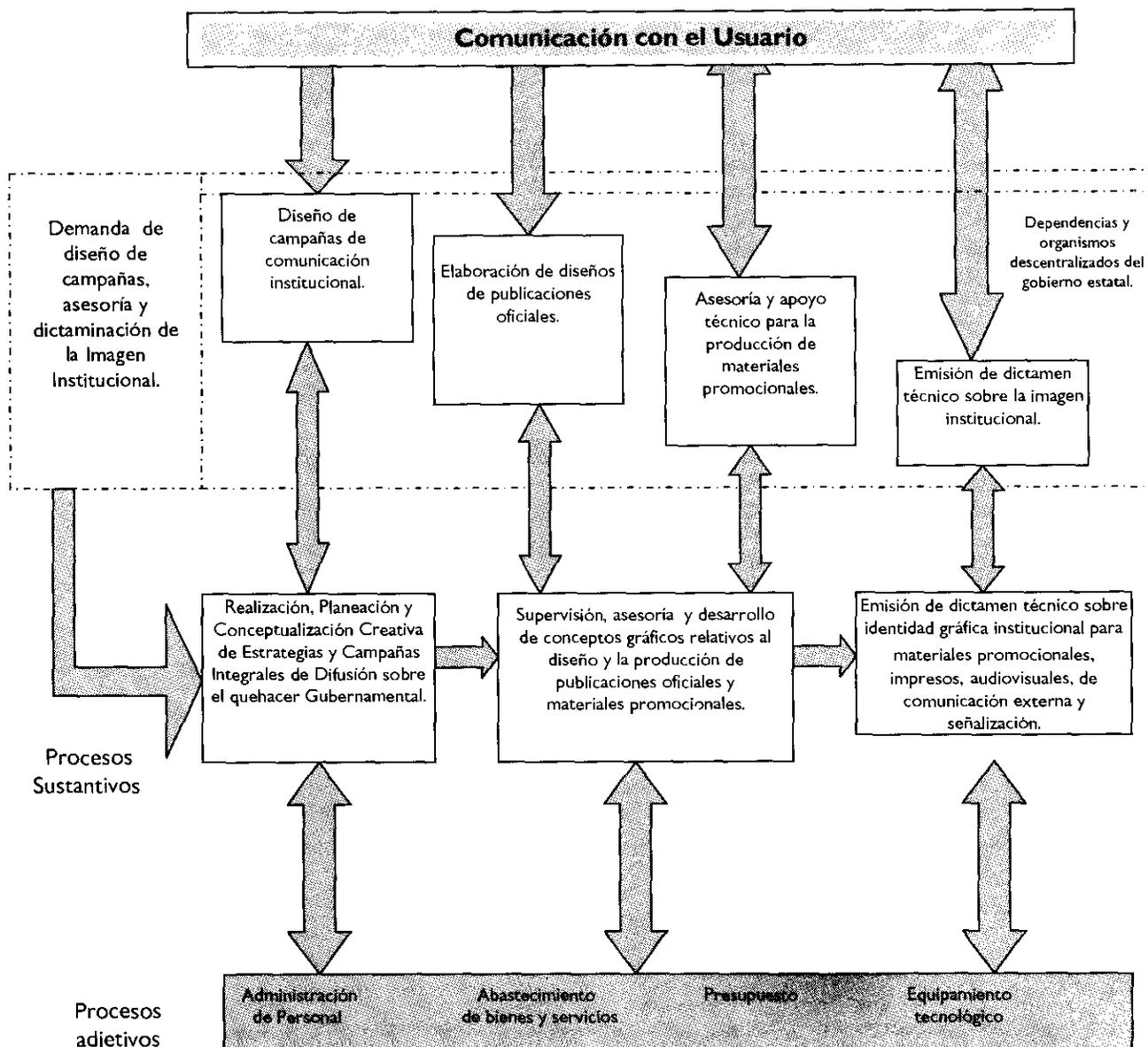
II. OBJETIVO GENERAL

OBJETIVO GENERAL

Incrementar la calidad, eficiencia y eficacia de los servicios que proporciona la Dirección General de Mercadotecnia, mediante la formalización y estandarización de los métodos y procedimientos de trabajo.

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera
	Fecha: Mayo de 2010
	Código: 214060000
	Página :

III. IDENTIFICACIÓN E INTERACCIÓN DE PROCESOS



Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera
	Fecha: Mayo de 2010
	Código: 214060000
	Página :

IV. RELACIÓN DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

Proceso 1

Realización, planeación y conceptualización creativa de estrategias y campañas integrales de difusión sobre el quehacer gubernamental

Procedimiento

Diseño de Campañas de Comunicación Institucional

Proceso 2

Supervisión, asesoría y desarrollo de conceptos gráficos relativos al diseño y la producción de publicaciones oficiales y materiales promocionales

Procedimientos

Elaboración de diseños de publicaciones oficiales

Asesoría y apoyo técnico para la producción de materiales promocionales

Proceso 3

Emisión de dictamen técnico sobre identidad gráfica institucional para materiales promocionales, impresos, audiovisuales, de comunicación externa y señalización

Procedimiento

Emisión de dictamen técnico sobre la imagen institucional

V. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS

5.1 PROCESO UNO:

REALIZACIÓN, PLANEACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA DE ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS INTEGRALES DE DIFUSIÓN SOBRE EL QUEHACER GUBERNAMENTAL

5.1.1 PROCEDIMIENTO UNO:

214060000

DISEÑO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera
	Fecha: Mayo de 2010
	Código: 214060000
	Página :

PROCEDIMIENTO: DISEÑO DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Objetivo

Fortalecer la identidad estatal, mediante el diseño de campañas de comunicación institucional para la difusión de acciones, programas y servicios que lleva a cabo el Gobierno del Estado de México.

Alcance

Aplica a las dependencias y entidades del Gobierno del Estado de México que realizan obras, acciones y programas que requieren difusión de carácter promocional.

Referencias

- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que abroga el diverso que crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, Gaceta del Gobierno publicado el 17 de noviembre de 2005.

- Acuerdo por el que se establecen las normas administrativas para la asignación y uso de bienes y servicios de las dependencias y organismos auxiliares del Poder Ejecutivo Estatal, Gaceta del Gobierno publicado el 24 de febrero de 2005, y sus reformas.
- Manual de Uso de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México (Coordinación General de Comunicación Social), emitido el 3 de julio de 2006.
- Manual de Normas y Políticas para la Emisión de Publicaciones Oficiales del Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal. Emitido en 2006.
- Manual General de Organización de la Coordinación General de Comunicación Social, Gaceta del Gobierno publicado el 19 de junio de 2007.

Responsabilidades

La Dirección General de Mercadotecnia es la responsable de diseñar campañas de comunicación social para divulgar el quehacer gubernamental.

La Coordinación General de Comunicación Social deberá:

Recibir y dar seguimiento a las solicitudes que las unidades administrativas o dependencias envían para la elaboración de diseño de campaña de comunicación, turnarlas para su atención, previo registro y control de la documentación y recibir el informe correspondiente por parte del área encargada de darle seguimiento a la solicitud y en su caso, otorgar el visto bueno del mismo.

La Dirección General de Mercadotecnia deberá:

Instruir y supervisar la elaboración de diseño de campaña de comunicación, estar en contacto con la unidad administrativa o dependencia solicitante para solventar observaciones o solicitar la ampliación del material de información, en caso necesario, convocar reuniones con las unidades solicitantes, enviar a la unidad o dependencia solicitante el diseño para revisión y aprobación.

Instruir la realización de originales mecánicos y la producción de material de audio y/o video, verificar que cuente con el número de autorización del Comité Editorial de la Administración Pública Estatal, integrar campaña de comunicación.

Emitir dictamen técnico y oficio de respuesta para su envío a la unidad administrativa o dependencia solicitante.

La Subdirección de Creatividad deberá:

Revisar y determinar si el material es suficiente en calidad y cantidad, identificar los objetivos, el concepto, las características y los alcances de la campaña, proponer los mensajes y los medios de comunicación a utilizar según la cobertura y el impacto requerido.

Validar la planeación y conceptualización creativa de la campaña.

La Subdirección de Arte deberá:

Revisar y determinar la conceptualización gráfica de la campaña, coordinar y supervisar la realización de originales mecánicos.

El Departamento de Planeación deberá:

Planear y conceptualizar línea creativa de la campaña, formular pautas de medios a emplear y líneas para la generación de contenidos, estar en contacto con la entidad designada para la producción, supervisar la preproducción y producción de los materiales que se requieran en cada caso.

El Departamento de Contenido deberá:

Redactar los textos promocionales e informativos con base en la selección de medios y en las líneas de contenido, generar guiones o líneas para radio o televisión, textos para folletos, carteles, cintillos, inserciones, carteleras etc.

El Departamento de Diseño deberá:

Realizar la conceptualización gráfica de las estrategias y campañas de difusión, de acuerdo con la naturaleza de los mensajes, el tipo de medios a utilizar y las características del auditorio al que están dirigidas.

Realizar originales electrónicos de los medios de comunicación impresos y audiovisuales requeridos para la campaña.

La Unidad Administrativa o Dependencia solicitante deberá:

Elaborar oficio de solicitud para la elaboración de diseño de campaña de comunicación y revisar que el diseño de la misma sea de acuerdo a lo solicitado.

Definiciones

Campaña

Serie coordinada de actividades y materiales promocionales que se organizan en torno a un tema y cuya finalidad es cumplir una meta específica de difusión en un tiempo determinado.

Original Electrónico

Archivo en forma magnética u óptica de un producto terminado, que contiene información de tipografía, imágenes y formato con indicaciones específicas para reproducción.

Insumos

Oficio de solicitud dirigido al titular de la Coordinación General de Comunicación, con copia para la Dirección General de Mercadotecnia, e información relacionada con el tema de la campaña.

Resultado

Diseño de campaña de comunicación institucional integrada por material promocional en diferentes medios de comunicación (medios impresos o audiovisuales, de señalización o de comunicación exterior).

Interacción con otros procedimientos

- 1.- Atención de Solicitudes de Servicios de Impresos de las Dependencias Estatales
- 2.- Autorización e Instalación de Módulos de Proyección Integral
- 3.- Difusión y Seguimiento de Inserciones en Medios Impresos
- 4.- Difusión de Material de Información en Medios Electrónicos
(Procedimientos de la Dirección General de Publicidad).

Políticas:

1. Toda campaña de comunicación deberá ser congruente con los principios y objetivos gubernamentales establecidos en el Plan de Desarrollo del Estado de México 2005- 2011.

Diseño de Campañas de Comunicación Institucional

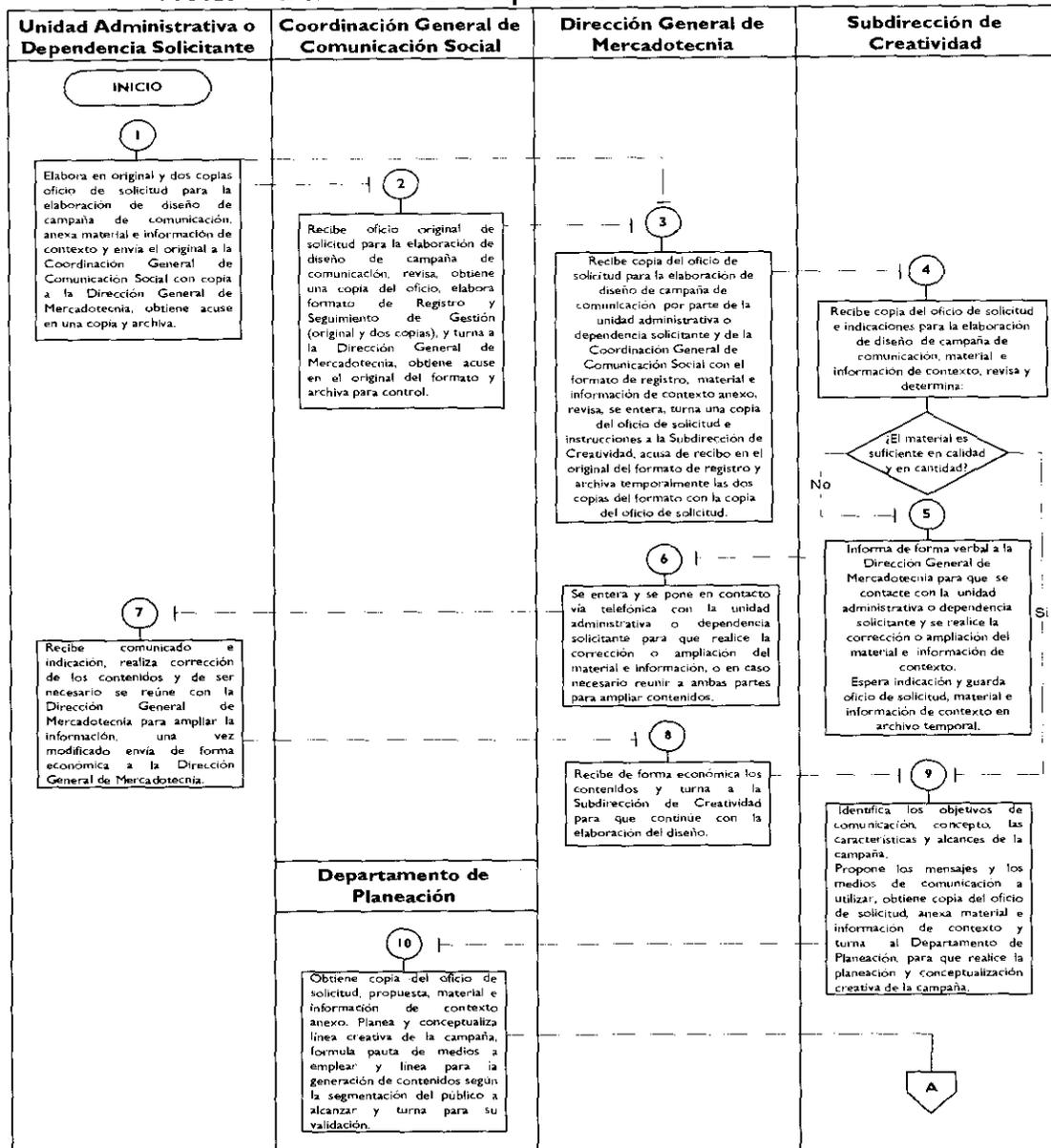
No	Unidad Administrativa	Descripción / Actividad
1.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Elabora en original y dos copias oficio de solicitud para la elaboración de diseño de campaña de comunicación, anexa material e información de contexto y envía solicitud original a la Coordinación General de Comunicación Social, con copia para la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en una copia y archiva.
2.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe oficio original de solicitud para la elaboración de diseño de campaña de comunicación, revisa, se entera, obtiene copia del oficio de solicitud, elabora formato de Registro y Seguimiento de Gestión (original y dos copias, amarilla y rosa), anexa material e información de contexto y envía a la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en el original del formato y archiva junto con el original de la solicitud para control.
3.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe de la unidad administrativa solicitante copia del oficio de solicitud para la elaboración de diseño de campaña de comunicación y de la Coordinación General de Comunicación Social dos copias de formato de Registro y Seguimiento de Gestión y copia de oficio de solicitud con material e información de contexto, revisa, se entera, turna a la Subdirección de Creatividad una copia del oficio de solicitud para la elaboración de diseño con el material e instrucciones, archiva la segunda copia del oficio de solicitud y las dos copias del formato de Registro y Seguimiento de Gestión.
4.-	Subdirección de Creatividad	Recibe copia del oficio de solicitud para la elaboración de diseño de campaña y material e información de contexto, revisa y determina: ¿El material es suficiente en calidad y en cantidad?
5.-		No. Informa de forma verbal a la Dirección General de Mercadotecnia para que se contacte con la unidad administrativa solicitante y se realice la corrección o ampliación del material e información de contexto. Espera indicación y guarda oficio de solicitud con el material e información de contexto en archivo temporal.
6.-	Dirección General de Mercadotecnia	Se entera y se pone en contacto vía telefónica con la unidad administrativa o dependencia solicitante e informa sobre las correcciones o ampliación del material e información, o en caso necesario sugiere reunir a ambas partes para ampliar contenidos.
7.-	Unidad administrativa o Dependencia solicitante	Recibe comunicado e indicación, realiza corrección de los contenidos y de ser necesario se reúne con la Dirección General de Mercadotecnia para ampliar la información, una vez modificado el documento lo envía de forma económica a la Dirección General de Mercadotecnia.
8.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe de forma económica los contenidos y turna a la Subdirección de Creatividad para que continúe con la elaboración del diseño.

9.-	Subdirección de Creatividad	Si. Identifica: los objetivos, el concepto, las características y los alcances de la campaña. Propone los mensajes y los medios de comunicación a utilizar, así como los planes de medios según la cobertura y el impacto requerido, obtiene copia del oficio de solicitud, anexa propuesta de mensajes así como material e información de contexto y los turna al Departamento de Planeación para que realice la planeación y conceptualización creativa de la campaña.
10.-	Departamento de Planeación	Recibe copia del oficio de solicitud, propuesta y material e información de contexto. Planea y conceptualiza línea creativa de la campaña, formula pauta de medios a emplear y líneas para la generación de contenidos, según la segmentación del público a alcanzar y turna de manera económica para su validación a la Subdirección de Creatividad, archiva copia del oficio de solicitud.
11.-	Subdirección de Creatividad	Recibe información, revisa y determina: ¿Hay Correcciones?
12.-		Si. Turna los documentos al Departamento de Planeación para que sea modificada la información.
13.-	Departamento de Planeación	Recibe documentos, realiza las correcciones marcadas y turna nuevamente para su validación a la Subdirección de Creatividad, (reinicia en la operación número 11).
14.-	Subdirección de Creatividad	No. Valida e Instruye al Departamento de Contenido la elaboración de contenido para materiales impresos y audiovisuales (textos informativos, promocionales y guiones).
15.-	Departamento de Contenido	Recibe material, redacta los textos promocionales e informativos con base en la selección de medios y en las líneas de contenido, genera guiones o líneas para radio o televisión, textos para folletos, carteles, cintillos, inserciones, carteleras y/o demás medios contemplados en la campaña de comunicación o en lo solicitado por la unidad administrativa. Entrega producto para validación a la Subdirección de Creatividad.
16.-	Subdirección de Creatividad	Recibe producto (guiones o líneas para radio o televisión, textos para folletos, carteles, cintillo, inserciones, etc.), revisa y determina: ¿Hay correcciones?
17.-		Si. Regresa material al Departamento de Contenido para que se realicen las modificaciones.
18.-	Departamento de Contenido	Recibe material, realiza las correcciones y regresa para su validación, (reinicia en la operación número 16).
19.-	Subdirección de Creatividad	No. valida material recibido conjuntamente con la Dirección General de Mercadotecnia.
20.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material, valida y turna de manera económica a la Subdirección de Arte e instruye coordine y supervise el desarrollo de conceptos gráficos y la producción gráfica de impresos y audiovisuales de difusión de acuerdo con la selección de medios y los contenidos generados por la Subdirección de Creatividad.
21.-	Subdirección de Arte	Recibe instrucciones y material, revisa y determina junto con el Departamento de Diseño la conceptualización gráfica de la campaña solicitada.
22.-	Departamento de Diseño	En coordinación con la Subdirección de Arte, lleva a cabo la conceptualización gráfica de la campaña, se adecua el mensaje al público meta y a los medios solicitados. Realiza el diseño gráfico, genera propuestas y entrega material a la Subdirección de Arte para validación.
23.-	Subdirección de Arte	Recibe material, revisa y determina: ¿Hay modificaciones en el material?
24.-		Si. Turna al Departamento de Diseño el material para que realice las modificaciones.
25.-	Departamento de Diseño	Recibe material, realiza las modificaciones necesarias y regresa material a la Subdirección de Arte, (Reinicia en la operación número 23).
26.-	Subdirección de Arte	No. Da su visto bueno al material y presenta productos a la Dirección General de Mercadotecnia.
27.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe y valida material gráfico, de ser pertinente anexa guiones o cualquier otro material generado para la campaña y envía de manera económica para conocimiento y comentarios a la Coordinación General de Comunicación Social.
28.-	Coordinación General de Comunicación Social	Obtiene material, revisa y determina: ¿Esta de acuerdo con el contenido, líneas creativas y gráficas?
29.-		No. Emite comentarios y regresa material a la Dirección General de Mercadotecnia para que se realicen las modificaciones pertinentes.

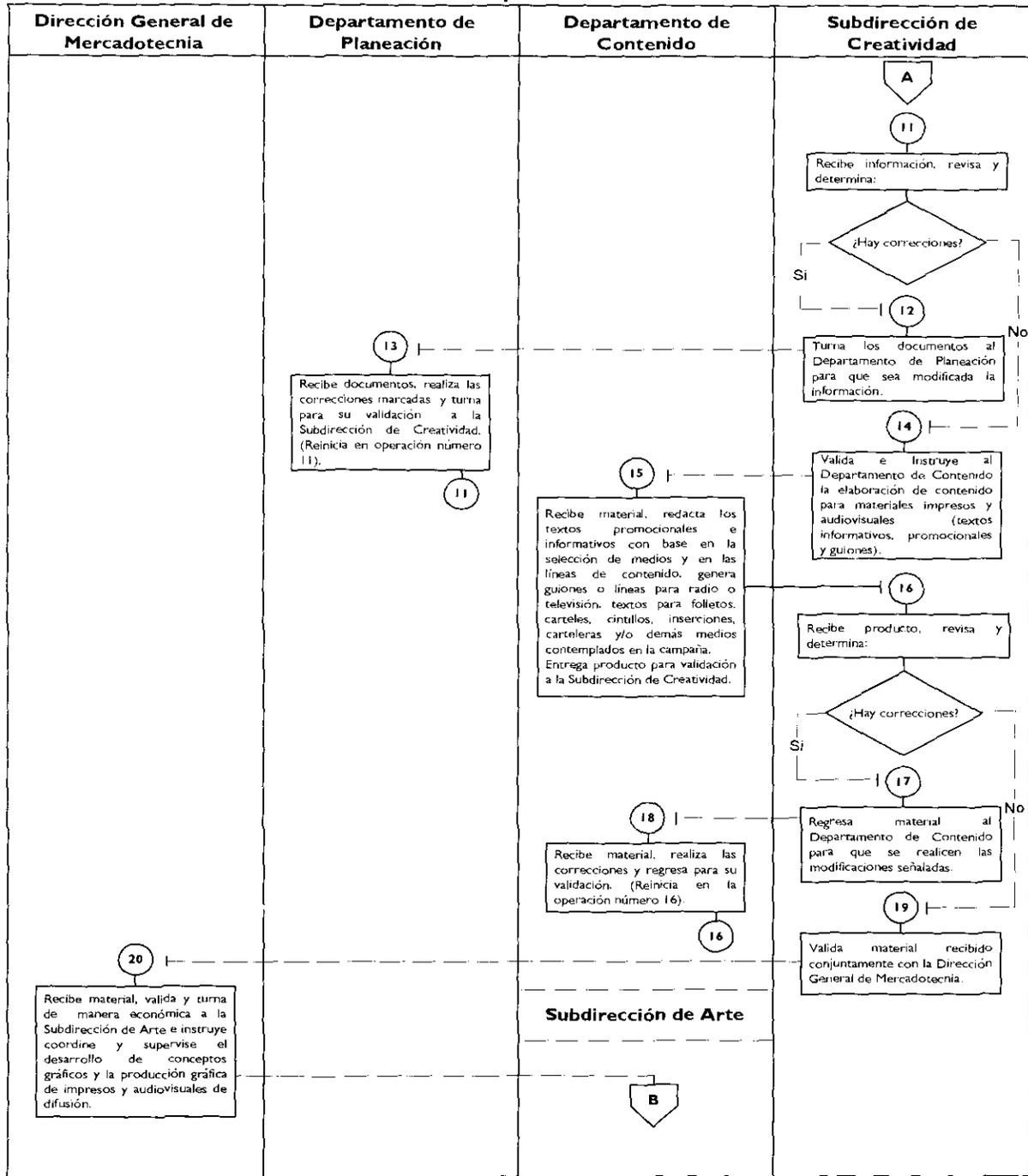
30.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material y comentarios, turna el material a la Subdirección de Creatividad para que se realicen las modificaciones pertinentes, (Reinicia en la operación número 16).
31.-	Coordinación General de Comunicación Social	Si. Da visto bueno a la campaña y regresa el material a la Dirección General de Mercadotecnia.
32.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material autorizado, elabora tarjeta informativa en original y copia dirigida a la unidad administrativa o dependencia solicitante, anexa material y envía para su revisión y aprobación, obtiene acuse de recibo en la copia y archiva.
33.-	Unidad Administrativa ó Dependencia Solicitante	Recibe original de tarjeta informativa y material, revisa y determina: ¿Aprueba la Campaña?
34.-		No. Hace comentarios y regresa material a la Dirección General de Mercadotecnia, (Reinicia en la operación número 30).
35.-		Si. Aprueba la campaña, establece tiempos y formas de entrega y envía mediante oficio a la Dirección General de Mercadotecnia.
36.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe oficio y campaña autorizada, ordena a la Subdirección de Arte la realización de los originales electrónicos.
37.-	Subdirección de Arte	Recibe información e indicación e instruye al Departamento de Diseño la realización de originales electrónicos, y supervisa la generación de los mismos.
38.-	Departamento de Diseño	Recibe información e indicación, genera originales electrónicos de los medios de comunicación impresos y audiovisuales requeridos para la campaña, entrega productos a la Subdirección de Arte.
39.-	Subdirección de Arte	Recibe originales electrónicos, y turna a la Dirección General de Mercadotecnia.
40.-	Dirección General de Mercadotecnia	Obtiene originales electrónicos e Instruye a la Subdirección de Creatividad supervisar la producción de material de audio y/o video con el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense o la instancia que la Coordinación General de Comunicación Social o la unidad administrativa solicitante hayan determinado para el caso.
41.-	Subdirección de Creatividad	Recibe indicación y originales electrónicos e instruye al Departamento de Planeación para que comience las tareas de preproducción y producción que correspondan a los materiales diseñados para cada caso.
42.-	Departamento de Planeación	Recibe instrucciones y originales electrónicos, realiza contacto con la entidad designada para la producción, realiza las tareas de preproducción y producción pertinentes al caso: revisión y acuerdos de contenidos en líneas, guiones y diálogos, selección de talentos, locutores, extras y locaciones, gestión de autorizaciones para participación de particulares o entidades del GEM, supervisa contenidos durante la producción, revisión de copias de trabajo o maquetas de productos finales y demás apoyo necesario en la postproducción, acuerda con la Dirección General de Mercadotecnia y la Subdirección de Creatividad la pertinencia de los materiales generados.
43.-	Dirección General de Mercadotecnia y Subdirección de Creatividad	Acuerdan la pertinencia del material, en caso de haber observaciones regresan los documentos al Departamento de Planeación para que se realicen las modificaciones y aplique los cambios necesarios con la entidad designada para la producción.
44.-	Departamento de Planeación	Recibe material, aplica los cambios necesarios y pone a disposición de la Dirección General de Mercadotecnia los materiales de audio y/o video.
45.-	Dirección General de Mercadotecnia	Obtiene y programa revisión de material de audio y/o video para visto bueno con la Coordinación General de Comunicación Social y la unidad administrativa o dependencia solicitante.
46.-	Coordinación General de Comunicación Social y Unidad Administrativa o dependencia solicitante	Reciben material de audio y/o video, dan su visto bueno o emiten comentarios, y envían de manera económica a la Dirección General de Mercadotecnia.
47.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material, revisa y determina: ¿Tiene modificaciones?
48.-		Si hay modificaciones: Turna de manera económica al Departamento de Planeación para que aplique los cambios necesarios (Reinicia en la operación número 44).
49.-		No hay modificaciones: Verifica que el material cuente con número de autorización del Comité Editorial de la Administración Pública Estatal, en su caso recomienda a la unidad administrativa o dependencia solicitante realice el trámite correspondiente. Integra la campaña de comunicación junto con los productos que le correspondan, elabora en original y dos copias oficio de contestación a la

		solicitud de origen, turna oficio original a la unidad o dependencia solicitante, extrae de archivo la copia amarilla de Formato de Registro de Seguimiento de Gestión, adjunta una copia de oficio de contestación y material y turna a la Coordinación General, obtiene acuse en la copia rosa y archiva. Si es el caso, envía originales electrónicos de impresos o productos de señalización, comunicación exterior o bien de audio y/o video a la Dirección General de Publicidad para su reproducción y/o transmisión en medios.
50.-	Unidad Administrativa o Dependencia Solicitante	Recibe oficio original y material de campaña, firma de recibido y devuelve, en su caso se vincula con los Procedimientos: Atención de solicitudes de Servicios Impresos de las Dependencias Estatales; Autorización e Instalación de Módulos de Proyección Integral; Difusión y Seguimiento de Inserciones en Medios Impresos; Difusión de Material de Información en Medios Electrónicos.
51.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe copia amarilla del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión, así como copia de oficio de respuesta, firma copia rosa del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión y devuelve. Extrae de archivo original de formato Registro de Seguimiento de Gestión, registra en el mismo que se atendió asunto, le anexa copia del oficio de contestación y archiva.

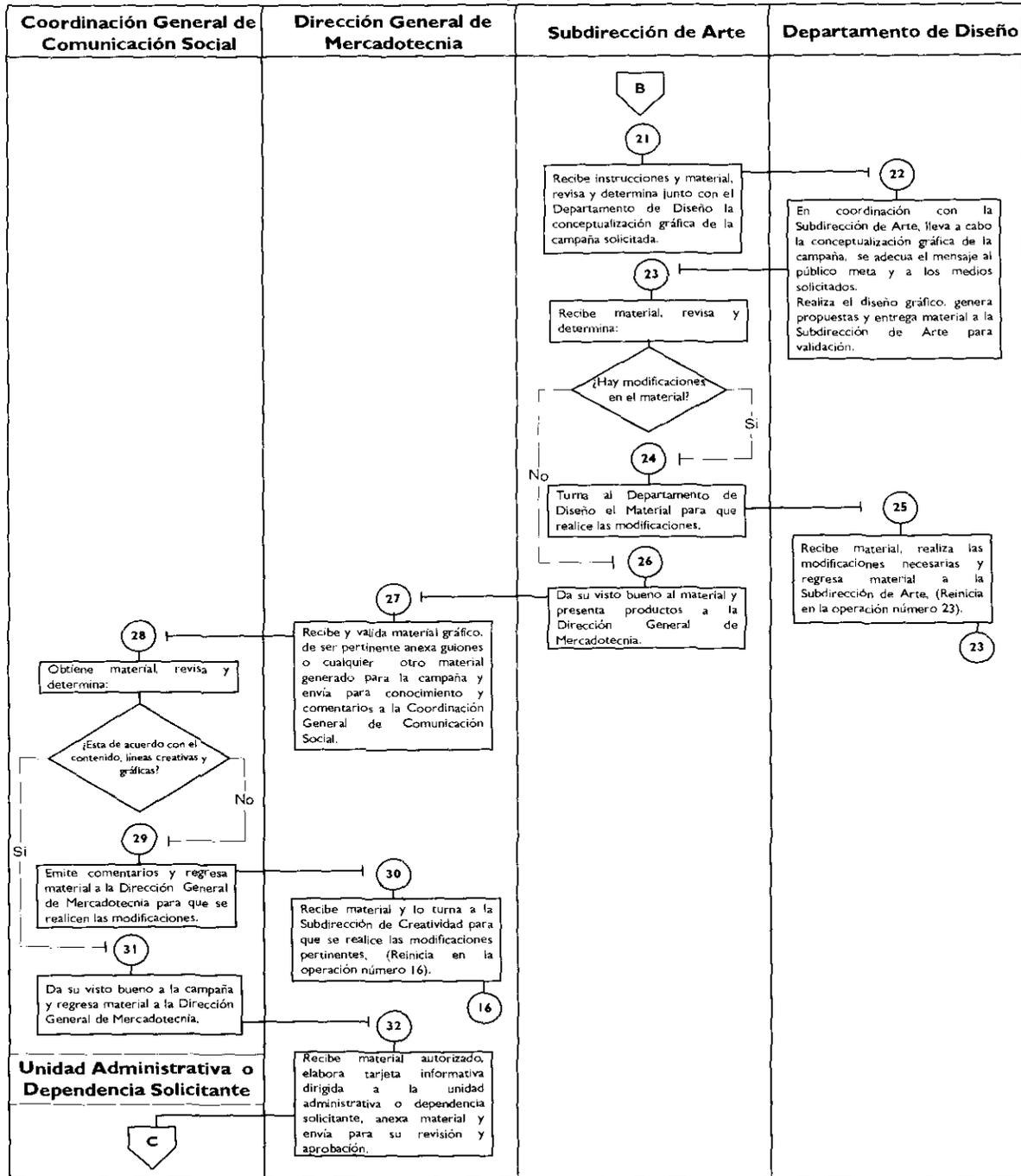
Procedimiento: Diseño de Campañas de Comunicación Institucional



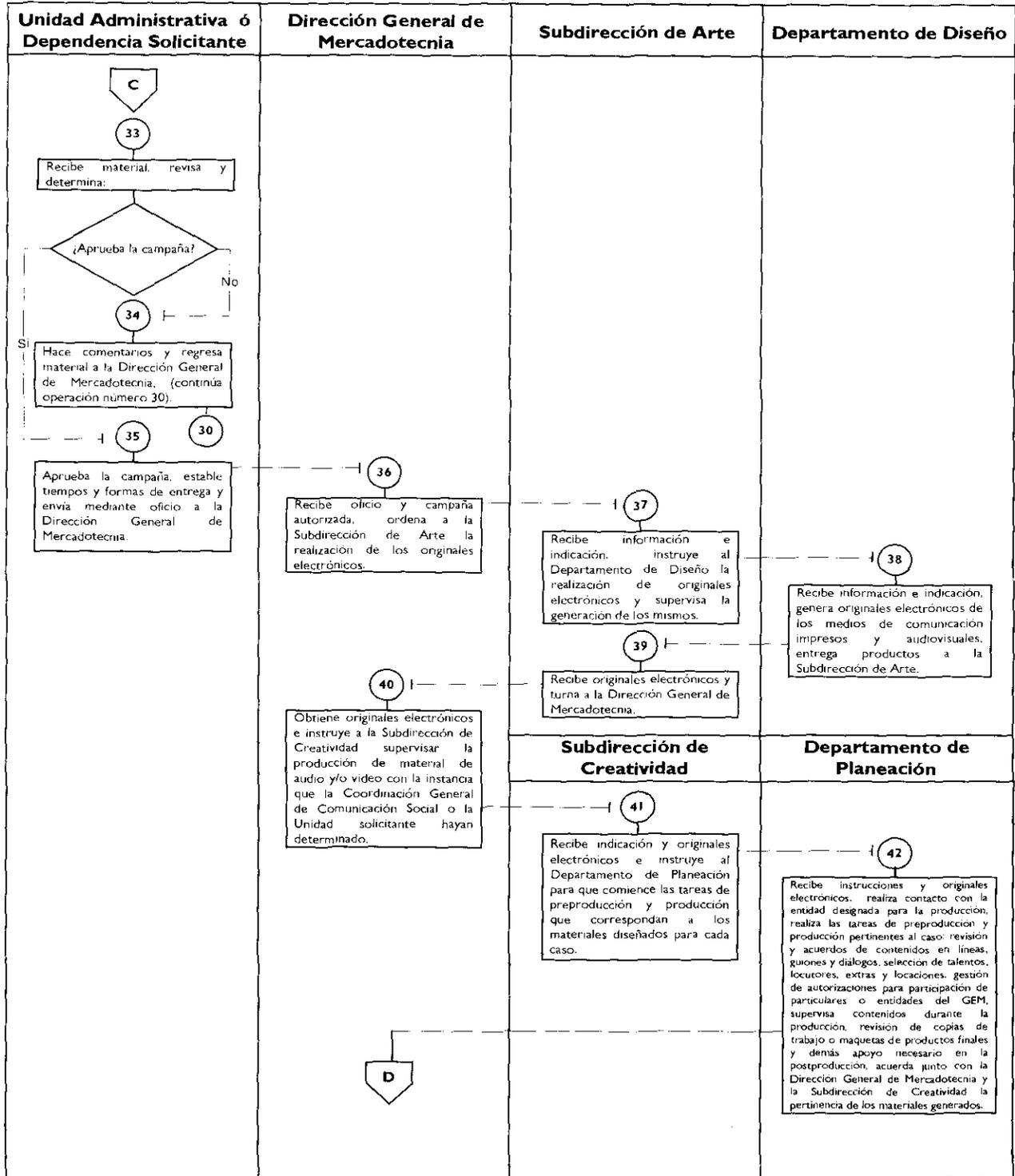
Procedimiento: Diseño de Campañas de Comunicación Institucional



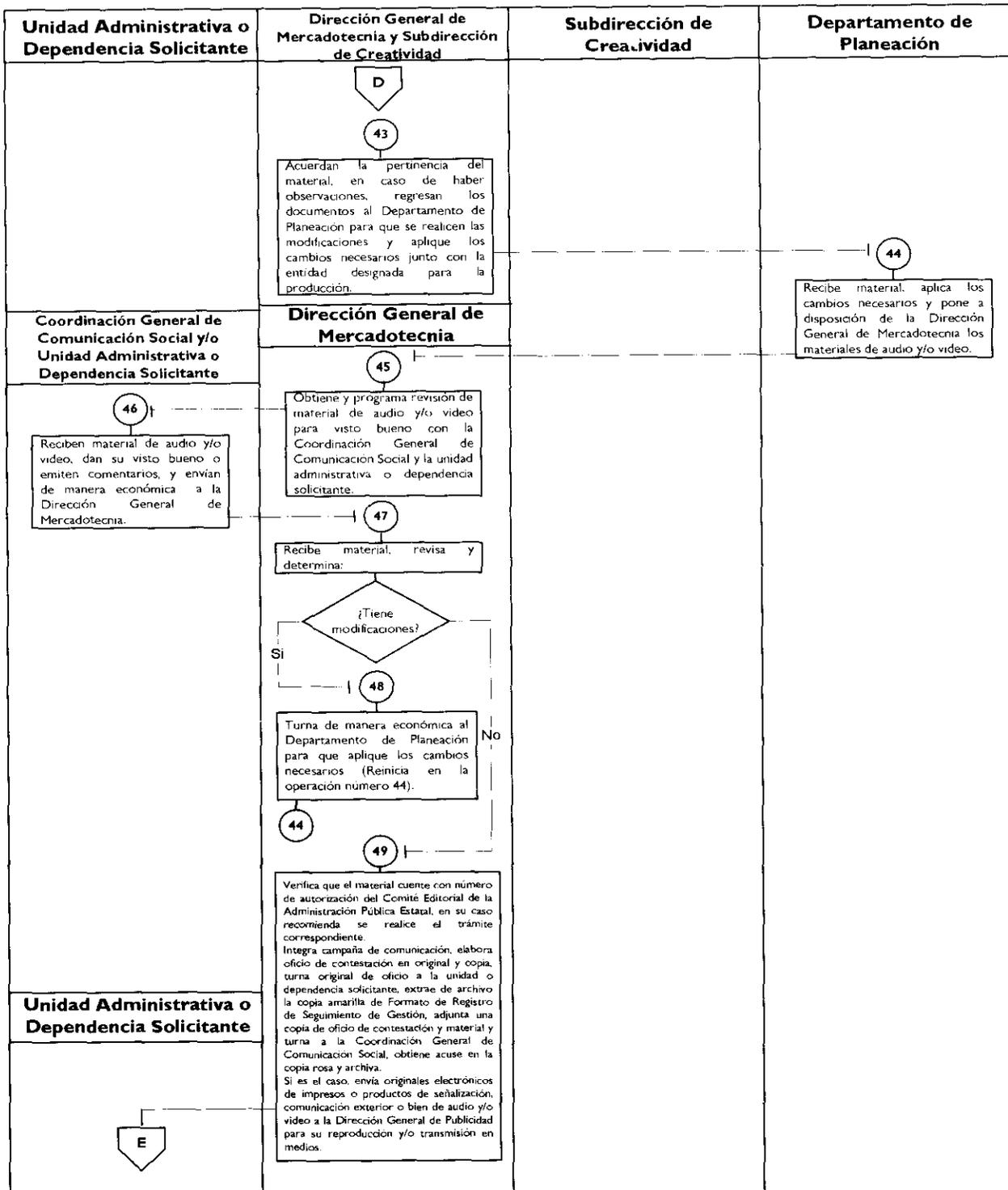
Procedimiento: Diseño de Campañas de Comunicación Institucional



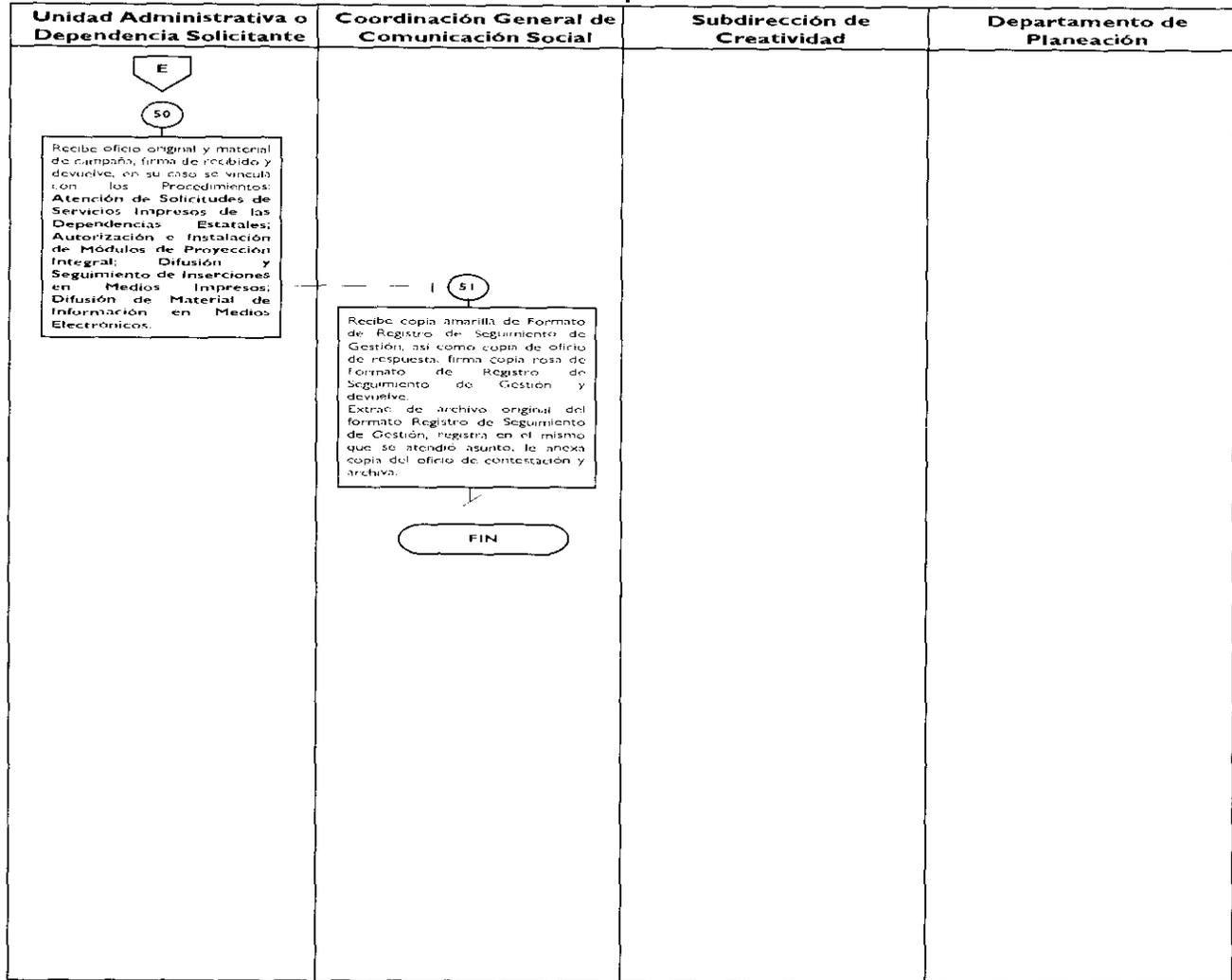
Procedimiento: Diseño de Campañas de Comunicación Institucional



Procedimiento: Diseño de Campañas de Comunicación Institucional



Procedimiento: Diseño de Campañas de Comunicación Institucional



Medición.

INDICADOR DEL SERVICIO

$$\frac{\text{Número mensual de campaña de comunicación elaboradas.}}{\text{Número mensual de campaña de comunicación solicitadas.}} \times 100 =$$

Porcentaje de solicitudes de campañas de comunicación atendidas.

Formatos e instructivos. No aplica

<p>Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia</p>	<p>Edición: Primera</p>
	<p>Fecha: Mayo de 2010</p>
	<p>Código: 214060100</p>
	<p>Página:</p>
<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	

5.2 PROCESO DOS:

SUPERVISIÓN, ASESORÍA Y DESARROLLO DE CONCEPTOS GRÁFICOS RELATIVOS AL DISEÑO Y LA PRODUCCIÓN DE PUBLICACIONES OFICIALES Y MATERIALES PROMOCIONALES

DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS

5.2.1. PROCEDIMIENTO UNO

214060100

ELABORACIÓN DE DISEÑOS DE PUBLICACIONES OFICIALES

PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN DE DISEÑOS DE PUBLICACIONES OFICIALES**Objetivo**

Fortalecer la identidad estatal del Gobierno del Estado de México, mediante el diseño y elaboración de publicaciones oficiales.

Alcance

Aplica a las dependencias y entidades del Gobierno del Estado de México que difunden obras, acciones y programas a través de publicaciones oficiales.

Referencias

- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que abroga el diverso que crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, Gaceta del Gobierno publicado el 17 de noviembre de 2005.
- Acuerdo por el que se establecen las normas administrativas para la asignación y uso de bienes y servicios de las dependencias y organismos auxiliares del Poder Ejecutivo Estatal, Gaceta del Gobierno publicado el 24 de febrero de 2005, y sus reformas.
- Manual de Uso de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México (Coordinación General de Comunicación Social), emitido el 3 de julio de 2006.
- Manual de Normas y Políticas para la Emisión de Publicaciones Oficiales del Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal. Emitido en 2006.
- Manual General de Organización de la Coordinación General de Comunicación Social, Gaceta del Gobierno publicado el 19 de junio de 2007.

Responsabilidades

La Dirección General de Mercadotecnia es la responsable de coordinar el diseño y la producción de publicaciones oficiales, periódicas especiales.

La Coordinación General de Comunicación Social deberá:

Recibir de las unidades administrativas o dependencias solicitantes las solicitudes para la elaboración de diseño de campaña de publicación oficial y turnarlas para su atención, previo registro y control de la documentación.

La Dirección General de Mercadotecnia deberá:

Instruir la elaboración del diseño de la publicación oficial, estar en contacto con la unidad administrativa o dependencia solicitante para solventar observaciones o en su caso solicitar la ampliación del material de información, enviar a la unidad o dependencia solicitante el diseño para revisión y aprobación.

Instruir la realización de archivos electrónicos, verificar que los materiales que lo requieran cuenten con el número de autorización del Comité Editorial de la Administración.

Emitir dictamen técnico y oficio de respuesta para su envío a la unidad administrativa o dependencia solicitante.

La Subdirección de Creatividad deberá:

Supervisar que la unidad administrativa o dependencia solicitante realice la integración de contenidos y verificar la corrección de estilo.

Identificar los objetivos de comunicación, de concepto, características, contenido y alcances de la publicación.

La Subdirección de Arte deberá:

Coordinar y supervisar el desarrollo de conceptos gráficos con la unidad administrativa o dependencia solicitante e instruye el desarrollo de propuesta de diseño gráfico y editorial para su publicación.

Generar originales electrónicos y plataformas, formatos y software que sean pertinentes para la producción.

El Departamento de Contenido deberá:

Realizar propuesta o adecuación de contenido de materiales impresos y/o de visuales (textos informativos, promocionales y guiones), de acuerdo con los medios programados en cada campaña, y generar archivo electrónico de texto.

El Departamento de Diseño deberá:

Realizar propuesta de cubierta, elementos constante, interiores, diagramación del contenido, entre otros.

La Unidad Administrativa o Dependencia Solicitante deberá:

Elaborar oficio de solicitud para la elaboración de diseño de publicación oficial, en su caso realizar correcciones a los contenidos, revisar que el diseño este de acuerdo a lo solicitado y dar su visto bueno.

Definiciones

- Campaña** Serie coordinada de actividades y materiales promocionales que se organizan en torno a un tema y cuya finalidad es cumplir una meta específica de difusión en un tiempo determinado.
- Original Electrónico** Archivo en forma magnética u óptica de un producto terminado, que contiene información de tipografía, imágenes y formato con indicaciones específicas para reproducción.

Insumos

Oficio de solicitud dirigido al titular de la Coordinación General de Comunicación con copia para la Dirección General de Mercadotecnia, y material anexo.

Resultado

Diseño de material para publicaciones oficiales.

Interacción con otros procedimientos

- 1.- Atención de Solicitudes de Servicios de Impresos a las Dependencias Estatales (Procedimiento de la Dirección General de Publicidad).

Políticas:

- 1.- Todo texto para publicación oficial deberá tener la calidad suficiente y ser congruente con los principios y objetivos gubernamentales establecidos en el Plan de Desarrollo del Estado de México 2005 – 2011.

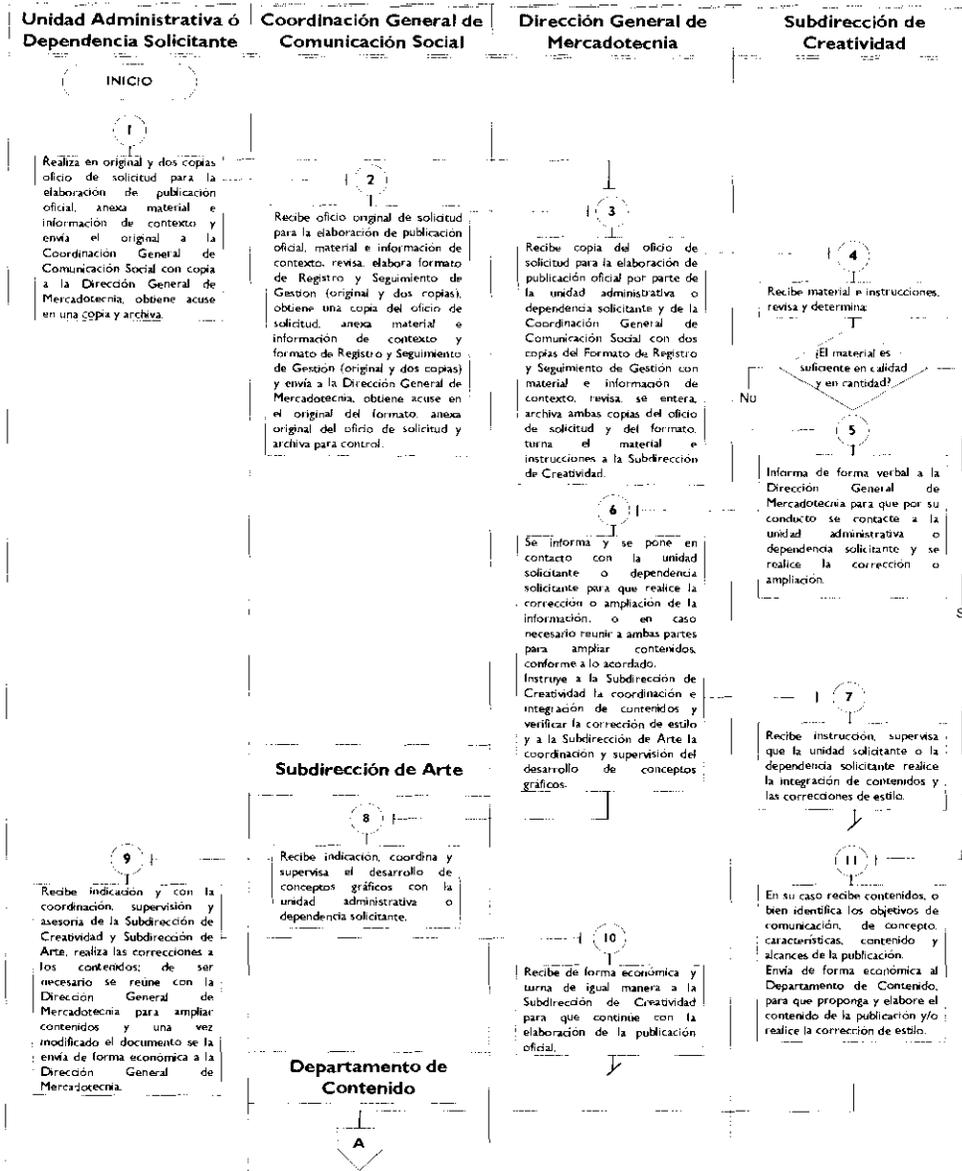
Elaboración de Diseños de Publicaciones Oficiales

No	Unidad Administrativa	Descripción / Actividad
1.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Realiza en original y dos copias oficio de solicitud para la elaboración de publicación oficial, anexa material e información de contexto y envía el original a la Coordinación General de Comunicación Social con copia a la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en una copia y archiva.
2.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe original de solicitud para la elaboración de publicación oficial, material e información de contexto, revisa, elabora formato de Registro y Seguimiento de Gestión (original y dos copias amarilla y rosa), obtiene una copia del oficio de solicitud, anexa material e información de contexto y formato de Registro y Seguimiento de Gestión (Original y dos copias) y envía a la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en el original del formato, anexa original del oficio de solicitud y archiva para control.
3.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe copia del oficio de solicitud para la elaboración de publicación oficial por parte de la unidad administrativa o dependencia solicitante y de la Coordinación General de Comunicación Social con dos copias del Formato de Registro y Seguimiento de Gestión con material e información de contexto, revisa, se entera, archiva ambas copias del oficio de solicitud y del formato, turna el material e instrucciones a la Subdirección de Creatividad.
4.-	Subdirección de Creatividad	Recibe material e instrucciones, revisa y determina: ¿El material es suficiente en calidad y en cantidad?
5.-		No. Solicita de forma verbal a la Dirección General de Mercadotecnia, se contacte con la unidad administrativa o dependencia solicitante para que se realice la corrección o ampliación del mismo.
6.-	Dirección General de Mercadotecnia	Se informa y se pone en contacto vía telefónica con la unidad administrativa o dependencia solicitante para que realice la corrección o ampliación de la información, o en caso necesario reunir a ambas partes para ampliar contenidos, conforme a lo acordado. Instruye a la Subdirección de Creatividad coordine e integre contenidos y verifique la corrección de estilo e instruye a la Subdirección de Arte sobre el proyecto para que coordine y supervise el desarrollo de conceptos gráficos.
7.-	Subdirección de Creatividad	Recibe indicación, supervisa que la unidad administrativa o dependencia solicitante realice la integración de contenidos y las correcciones de estilo.

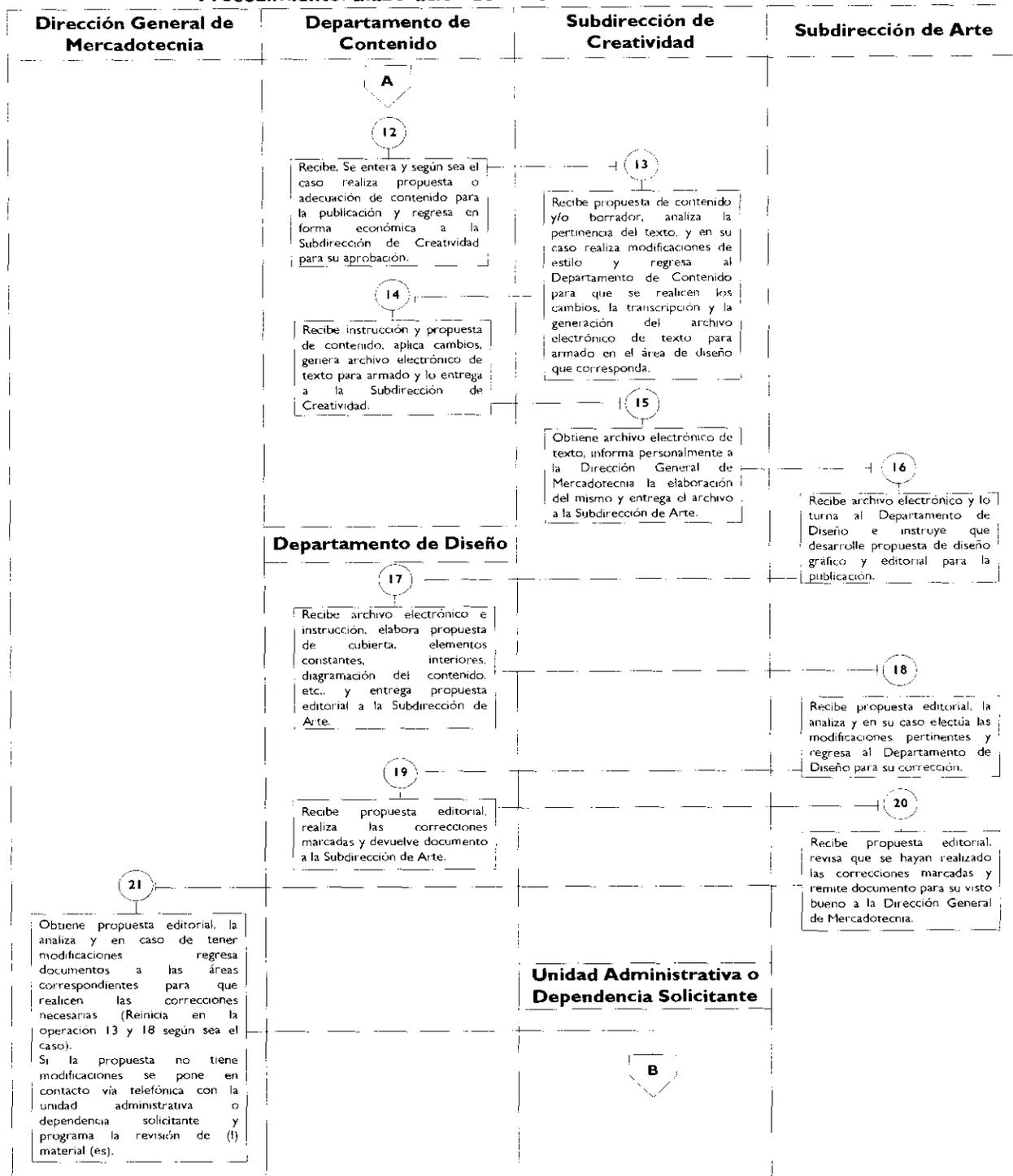
8.-	Subdirección de Arte	Recibe instrucción, coordina y supervisa el desarrollo de conceptos gráficos con la unidad administrativa o dependencia solicitante.
9.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Recibe indicación y con la coordinación, supervisión y asesoría de la Subdirección de Creatividad y Subdirección de Arte realiza las correcciones a los contenidos; de ser necesario se reúne con la Dirección General de Mercadotecnia para ampliar contenidos y una vez modificado el documento, lo envía de forma económica a la Dirección General de Mercadotecnia.
10.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe de forma económica los contenidos y turna de manera económica a la Subdirección de Creatividad para que continúe con la elaboración de la publicación oficial.
11.-	Subdirección de Creatividad	En su caso, recibe contenidos, identifica los objetivos de comunicación, de concepto, características, contenido y alcances de la publicación. Envía de forma económica el material al Departamento de Contenido, para que proponga y elabore el contenido de la publicación y/o realice la corrección de estilo.
12.-	Departamento de Contenido	Recibe, se entera y según sea el caso realiza propuesta o adecuación de contenido para la publicación y regresa en forma económica a la Subdirección de Creatividad para su aprobación.
13.-	Subdirección de Creatividad	Recibe propuesta de contenido y/o borrador, analiza la pertinencia del texto, y en su caso realiza modificaciones de estilo y regresa al Departamento de Contenido para que se realicen los cambios, la transcripción y la generación del archivo electrónico de texto para armado en el área de diseño que corresponda.
14.-	Departamento de Contenido	Recibe instrucción y propuesta de contenido, aplica cambios, genera archivo electrónico de texto para armado y lo entrega a la Subdirección de Creatividad junto con el borrador ó en su caso destruye el borrador.
15.-	Subdirección de Creatividad	Obtiene archivo electrónico de texto, informa personalmente a la Dirección General de Mercadotecnia la elaboración del mismo y entrega el archivo y el borrador a la Subdirección de Arte.
16.-	Subdirección de Arte	Recibe archivo electrónico, lo turna al Departamento de Diseño e instruye que desarrolle propuesta de diseño gráfico y editorial para la publicación.
17.-	Departamento de Diseño	Recibe archivo electrónico e instrucción, elabora propuesta de cubierta, elementos constantes, interiores, diagramación del contenido, etc., y entrega propuesta editorial a la Subdirección de Arte.
18.-	Subdirección de Arte	Recibe propuesta editorial, la analiza y en su caso, efectúa las modificaciones pertinentes y regresa al Departamento de Diseño para su corrección.
19.-	Departamento de Diseño	Recibe propuesta editorial, realiza las correcciones marcadas y devuelve documento a la Subdirección de Arte.
20.-	Subdirección de Arte	Recibe propuesta editorial, revisa que se hayan realizado las correcciones marcadas y remite en forma económica documento para visto bueno a la Dirección General de Mercadotecnia.
21.-	Dirección General de Mercadotecnia	Obtiene propuesta editorial, la analiza y en caso de tener modificaciones regresa documentos a las áreas correspondientes para que realicen las correcciones necesarias. (Reinicia operación 13 y 18 según sea el caso). Si la propuesta no tiene modificaciones se pone en contacto vía telefónica con la unidad administrativa o dependencia solicitante y programa la revisión de (l) material (es).
22.-	Unidad Administrativa o Dependencia Solicitante	Recibe llamada telefónica para reunirse con la Dirección General de Mercadotecnia, asiste a la reunión, revisa material y determina: ¿Da su visto bueno al material recibido?
23.-		No. Realiza modificaciones y regresa el material a la Dirección General de Mercadotecnia.
24.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material e instruye a la Subdirección de Arte realizar las modificaciones correspondientes. (Reinicia en la operación número 16).
25.-	Unidad Administrativa o Dependencia Solicitante	Si. Da su visto bueno al material propuesto presentado y entrega de forma económica a la Dirección General de Mercadotecnia.
26.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material editorial aprobado e instruye a la Subdirección de Arte la generación de archivos electrónicos para su impresión.
27.-	Subdirección de Arte	Recibe instrucciones y en coordinación con el Departamento de Diseño genera originales electrónicos en plataformas, formatos y software que sean pertinentes para la producción y entrega de archivos en formato digital, entrega en forma económica el ó los archivos a la Dirección General de Mercadotecnia.
28.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe archivos electrónicos, verifica que los materiales que lo requieran, cuenten con el número de autorización del Comité Editorial de la Administración Pública Estatal, en su caso, recomienda a la unidad

		administrativa o dependencia solicitante realice el trámite correspondiente. Emite original de dictamen técnico, obtiene dos copias, anexa archivo(s) electrónico(s) y envía a la unidad administrativa o dependencia solicitante, obtiene acuse en la copia, extrae de archivo la copia amarilla de Formato de Registro de Seguimiento de Gestión adjunta una copia de dictamen y turna a la Coordinación General, obtiene acuse en la copia rosa y archiva. Obtiene acuse en la copia y archiva junto con el oficio de solicitud y respaldo.
29.-	Unidad Administrativa o Dependencia Solicitante	Recibe original de dictamen técnico con archivo (s) electrónico (s), firma de recibido en la copia y regresa. Realiza los trámites correspondientes, se vincula con el Procedimiento: Atención de Solicitudes de Servicios de Impresos de las Dependencias Estatales.
30.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe copia amarilla del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión, así como copia de dictamen, firma copia rosa del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión y devuelve. Extrae de archivo original de formato Registro de Seguimiento de Gestión, registra en el mismo que se atendió asunto, le anexa copia del oficio de contestación y archiva.

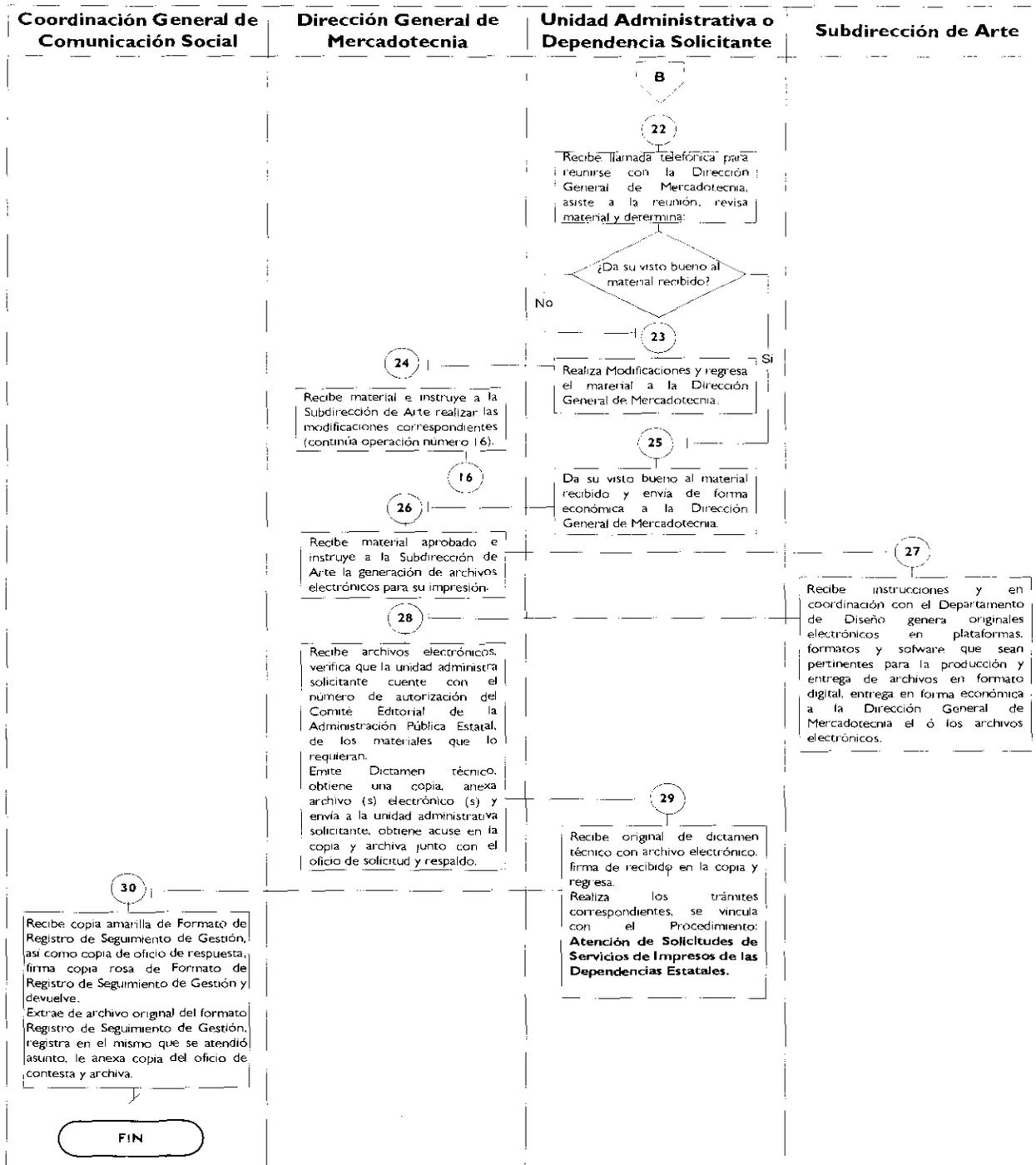
Procedimiento: Elaboración de Diseños de Publicaciones Oficiales



Procedimiento: Elaboración de Diseños de Publicaciones Oficiales



Procedimiento: Elaboración de Diseños de Publicaciones Oficiales



Medición.

INDICADOR DEL SERVICIO

Número mensual de publicaciones oficiales elaboradas

X 100 =

Número mensual de publicaciones oficiales solicitadas

Porcentaje de publicaciones oficiales atendidas.

Formatos e instructivos. No aplica

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera
	Fecha: Mayo de 2010
	Código: 214060202
	Página :

5.2.2 PROCEDIMIENTO DOS: 214060202

ASESORÍA Y APOYO TÉCNICO PARA LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES

PROCEDIMIENTO: ASESORÍA Y APOYO TÉCNICO PARA LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES

Objetivo

Fortalecer la imagen gubernamental y la identidad estatal, mediante la asesoría y apoyo técnico otorgado a las dependencias estatales, para la realización de materiales promocionales que se utilizan para difundir las acciones, programas y servicios que lleva a cabo el Gobierno del Estado de México.

Alcance

Aplica a las dependencias y entidades del Gobierno del Estado de México que realicen obras, acciones y programas que requieran difusión de carácter promocional.

Referencias

- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que abroga el diverso que crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, Gaceta del Gobierno publicado el 17 de noviembre de 2005.
- Acuerdo por el que se establecen las normas administrativas para la asignación y uso de bienes y servicios de las dependencias y organismos auxiliares del Poder Ejecutivo Estatal, Gaceta del Gobierno publicado el 24 de febrero de 2005, y sus reformas.
- Manual de Uso de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México (Coordinación General de Comunicación Social), emitido el 3 de julio de 2006.
- Manual de Normas y Políticas para la Emisión de Publicaciones Oficiales del Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal. Emitido en 2006.
- Manual General de Organización de la Coordinación General de Comunicación Social, Gaceta del Gobierno publicado el 19 de junio de 2007.

Responsabilidades

La Dirección General de Mercadotecnia es la responsable de asesorar y ofrecer apoyo técnico a las dependencias y entidades de la administración pública estatal, para la realización de diseño de estrategias, campañas y productos de difusión.

La Coordinación General de Comunicación Social deberá:

Recibir de las unidades administrativas o dependencias solicitantes las solicitudes para la asesoría y apoyo técnico para la producción de materiales promocionales y turnarlas para su atención, previo registro y control de la documentación y recibir el informe correspondiente por parte del área encargada de darle seguimiento a la solicitud y en su caso otorgar el visto bueno del mismo.

La Dirección General de Mercadotecnia deberá:

Instruir y coordinar la asesoría y apoyo técnico para la producción de materiales promocionales, en caso necesario convocar reuniones con las unidades solicitantes y solicitar la autorización del material promocional a la Coordinación General de Comunicación Social.

Verificar que los materiales o publicaciones que envían las unidades solicitantes cuenten con el número de autorización del Comité Editorial de la Administración Pública Estatal.

La Subdirección de Creatividad deberá:

Revisar y determinar si el material es suficiente en calidad y cantidad, estar en contacto con la unidad o dependencia solicitante para la corrección o aplicación.

Identificar los objetivos de diseño y concepto, las características y proponer los soportes finales.

La Subdirección de Arte deberá:

Revisar y determinar si el material es suficiente en calidad y cantidad, estar en contacto con la unidad o dependencia solicitante para la corrección o aplicación.

Identificar los objetivos de diseño y concepto, las características y proponer los soportes finales.

Instruye realizar la conceptualización gráfica, propuestas, diseño gráfico y original electrónico del material.

El Departamento de Planeación deberá:

Realizar la conceptualización, racional creativo, cronometrado de guiones de audio y video.

El Departamento de Contenido deberá:

Realizar la corrección de contenidos y de estilo en líneas de textos.

El Departamento de Diseño deberá:

Realizar la conceptualización gráfica de acuerdo con la naturaleza de los mensajes, el tipo de medio a utilizar y las características de auditorio, así como realizar las correcciones marcadas, realizar el diseño gráfico y la elaboración de originales electrónicos.

El Departamento de Producción deberá:

Realizar la conceptualización gráfica de acuerdo con la naturaleza de los mensajes, el tipo de medio a utilizar y las características de auditorio, así como realizar las correcciones al material, realizar el diseño gráfico y la elaboración de originales electrónicos.

La Unidad Administrativa o Dependencia Solicitante deberá:

Elaborar oficio de solicitud para la asesoría y apoyo técnico de la producción de materiales promocionales, realizar las correcciones señaladas por la Subdirección de Arte y/o Creatividad, asistir a reuniones convocadas por la Dirección General de Mercadotecnia, para la revisión de materiales, emitir comentarios y aprobar el material, establecer tiempos y formas de entrega.

Definiciones

Campaña

Serie coordinada de actividades y materiales promocionales que se organizan en torno a un tema y cuya finalidad es cumplir una meta específica de difusión en un tiempo determinado.

Original Electrónico

Archivo en forma magnética u óptica de un producto terminado, que contiene información de tipografía, imágenes y formato con indicaciones específicas para reproducción.

Insumos

Oficio de solicitud dirigido al titular de la Coordinación General de Comunicación Social, con copia para la Dirección General de Mercadotecnia y material de contexto.

Resultado

Diseño y elaboración de originales electrónicos de materiales promocionales.

Interacción con otros procedimientos

- 1.- Atención de Solicitudes de Servicios de Impresos de las Dependencias Estatales
- 2.- Difusión y Seguimiento de Inserciones en Medios Impresos
- 3.- Difusión de Material de Información en Medios Electrónicos
(Procedimientos de la Dirección General de Publicidad).

Políticas:

1. Todo producto de comunicación deberá ser congruente con los principios y objetivos gubernamentales establecidos en el Plan de Desarrollo del Estado de México 2005 - 2011.

Asesoría y Apoyo Técnico para la Producción de Materiales Promocionales

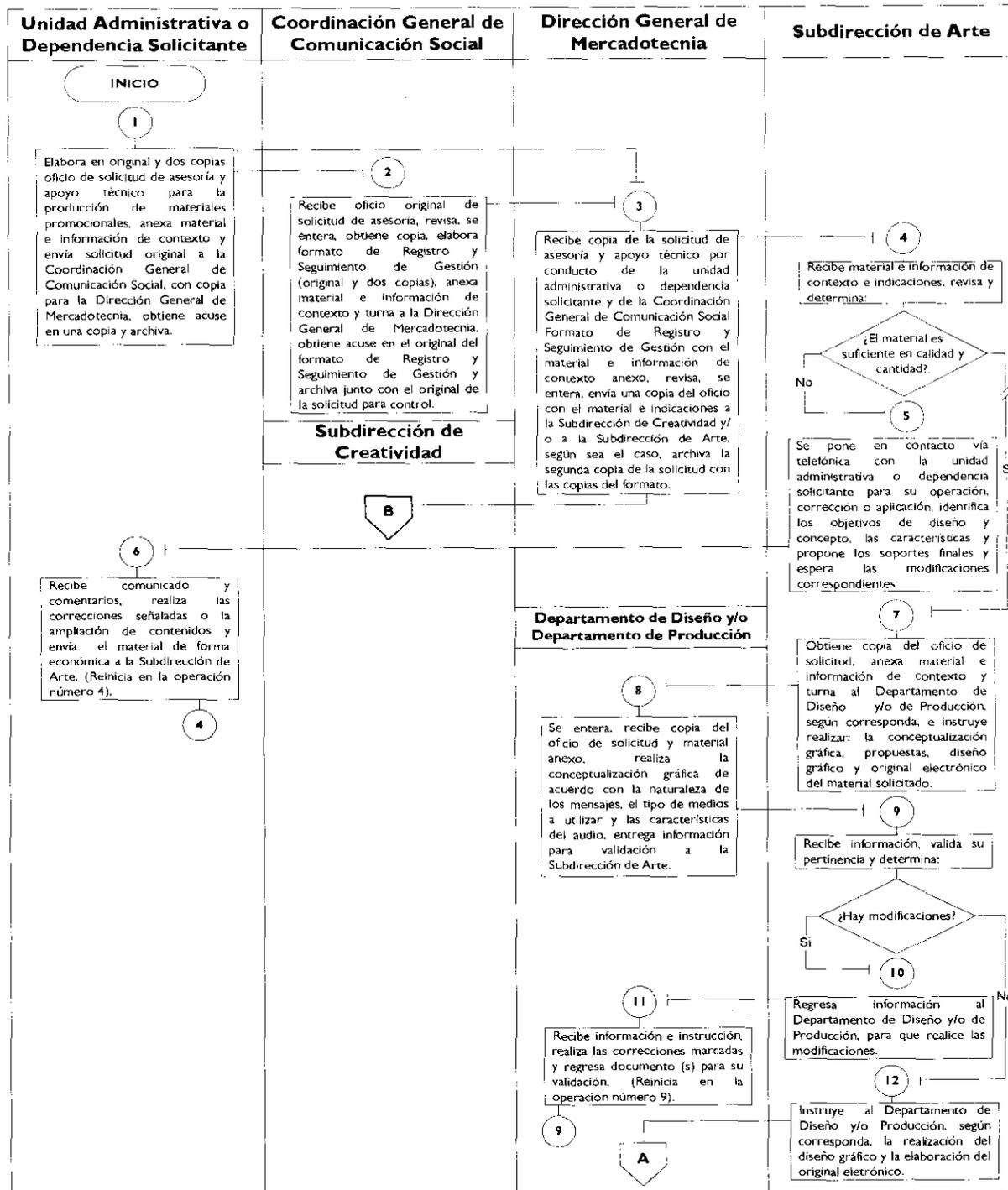
No	Unidad Administrativa	Descripción / Actividad
1.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Elabora en original y dos copias oficio de solicitud de asesoría y apoyo técnico para la producción de materiales promocionales, anexa material e información de contexto y envía solicitud original a la Coordinación General de Comunicación Social, con copia para la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en una copia y archiva.

2.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe oficio original de solicitud de asesoría y apoyo técnico, revisa, se entera, obtiene copia, elabora formato de Registro y Seguimiento de Gestión (original y dos copias), anexa material e información de contexto y turna a la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en el original del Formato de Registro y Seguimiento de Gestión y archiva junto con el original de la solicitud para control.
3.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe copia de la solicitud de asesoría y apoyo técnico por conducto de la unidad administrativa o dependencia solicitante y de la Coordinación General de Comunicación Social formato de Registro y Seguimiento de Gestión con el material de contexto anexo, revisa, se entera, envía una copia del oficio con el material, da indicaciones a la Subdirección de Creatividad y/o a la Subdirección de Arte, según sea el caso, archiva la segunda copia de la solicitud de asesoría y apoyo técnico y copias del formato.
4.-	Subdirección de Arte	En caso de Turnar a la Subdirección de Arte. Recibe material de contexto, e instrucción, revisa y determina: ¿El material es suficiente en calidad y en cantidad?
5.-		No. Se pone en contacto vía telefónica con la unidad o dependencia solicitante para su operación, corrección o aplicación, identifica los objetivos de diseño y concepto, las características y propone los soportes finales y espera las modificaciones correspondientes.
6.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Recibe comunicado y comentarios, realiza las correcciones señaladas o la ampliación de contenidos y envía el material de forma económica a la Subdirección de Arte, (reinicia operación número 4).
7.-	Subdirección de Arte	Si. Obtiene copia del oficio de solicitud, anexa material de contexto y turna de manera económica al Departamento de Diseño y/o de Producción, según corresponda, e instruye realizar: la conceptualización gráfica, propuestas, diseño gráfico y original electrónico del material solicitado.
8.-	Departamento de Diseño y/o de Producción	Se entera, recibe copia del oficio de solicitud y material anexo, realiza la conceptualización gráfica de acuerdo con la naturaleza de los mensajes, el tipo de medios a utilizar y las características del auditorio, entrega información para validación a la Subdirección de Arte.
9.-	Subdirección de Arte	Recibe información, valida su pertinencia y determina: ¿Hay modificaciones?
10.-		Si. Regresa información al Departamento de Diseño y/o de Producción para que realice las modificaciones.
11.-	Departamento de Diseño y/o de Producción	Recibe información e instrucción, realiza las correcciones marcadas y regresa documentos para su validación, (Reinicia en la operación número 9).
12.-	Subdirección de Arte	No. Instruye al Departamento de Diseño y/o de Producción, según corresponda, la realización del diseño gráfico y la elaboración del original electrónico.
13.-	Departamento de Diseño y/o de Producción	Recibe información e instrucción, realiza el diseño gráfico y/o elabora originales electrónicos de los materiales impresos y audiovisuales. Genera archivo electrónico del material y entrega de manera económica el producto para su validación a la Subdirección de Arte.
14.-	Subdirección de Arte	Recibe información (guiones o líneas para radio o televisión, textos para folletos, carteles, cintillos, inserciones, etc.), valida su pertinencia y determina: ¿Hay correcciones?
15.-		Si. Regresa documentos al Departamento de Diseño y/o de Producción para que se realicen las modificaciones.
16.-	Departamento de Diseño y/o de Producción	Recibe documentos, realiza las correcciones necesarias y regresa nuevamente los documentos a la Subdirección de Arte (Reinicia en la operación número 14).
17.-		No. Valida la información recibida del Departamento de Diseño y/o Departamento de Producción, conjuntamente con la Dirección General de Mercadotecnia, y envía información a la Coordinación General de Comunicación Social (continúa en la operación 27).
18.-	Subdirección de Creatividad	En caso de turnar a la Subdirección de Creatividad Recibe instrucciones y material anexo, revisa y determina:

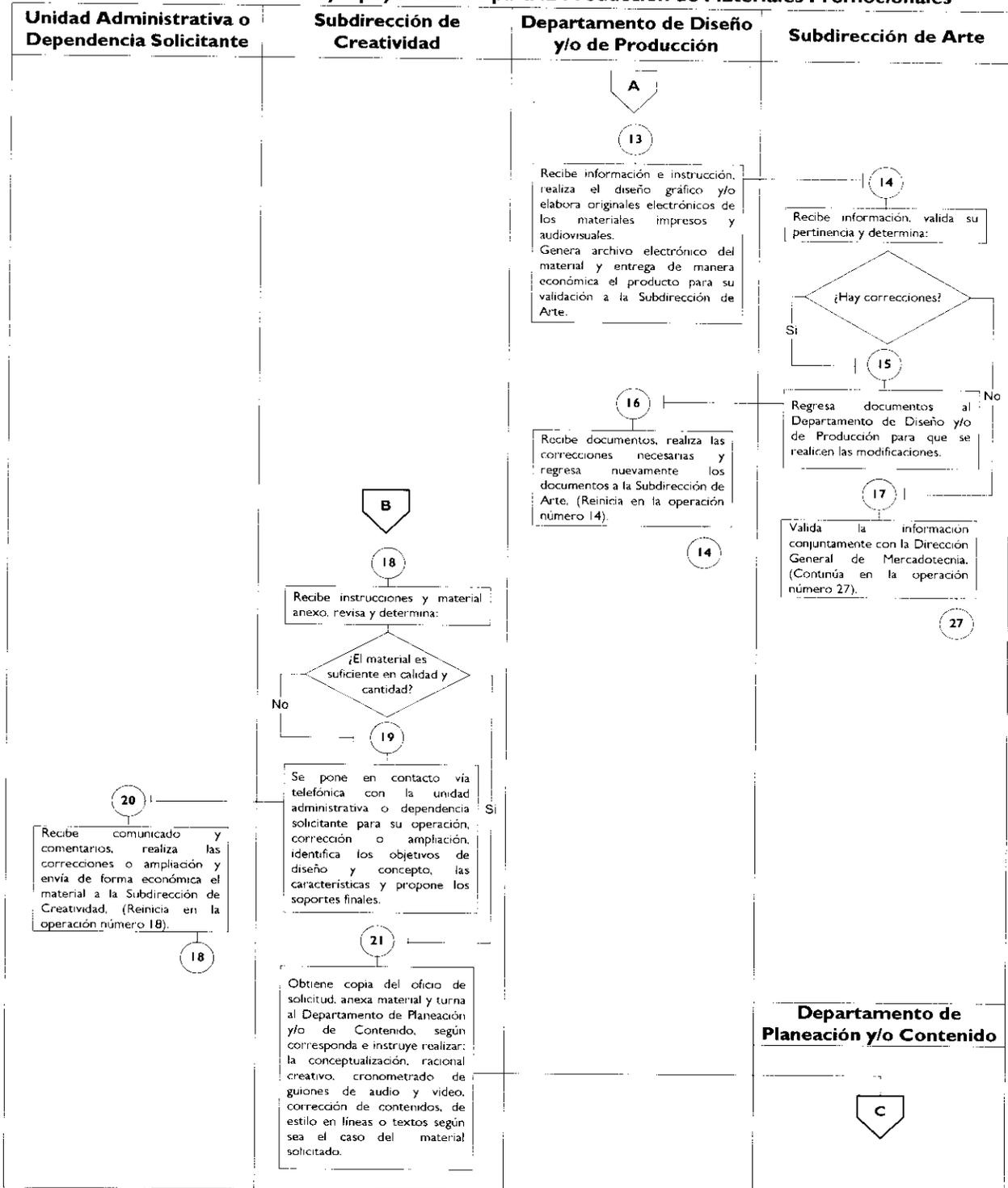
		¿El material es suficiente en calidad y en cantidad?
19.-		No. Se pone en contacto vía telefónica con la unidad administrativa o dependencia solicitante para su operación, corrección o ampliación, identifica los objetivos de diseño y concepto, las características y propone los soportes finales.
20.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Recibe comunicado y comentarios, realiza las correcciones o ampliación y envía de forma económica el material a la Subdirección de Creatividad, (Reinicia en la operación número 18).
21.-	Subdirección de Creatividad	Si. Obtiene copia del oficio de solicitud, anexa material y turna al Departamento de Planeación y/o de Contenido, según corresponda e instruye realizar: la conceptualización, racional creativo, cronometrado de guiones de audio y video, corrección de contenidos, de estilo en líneas o textos según sea el caso del material (es) solicitado (s).
22.-	Departamento de Planeación y/o de Contenido	Recibe copia de la solicitud y material anexo, se entera y realiza conceptualización, racional creativo, cronometrado de guiones de audio y video, corrección de contenidos y de estilo en líneas o textos según sea competencia de cada área, y entrega información para su validación a la Subdirección de Creatividad.
23.-	Subdirección de Creatividad	Recibe información y valida su pertinencia, y determina: ¿Hay Correcciones?
24.-		Si. Regresa información al Departamento de Planeación y/o Departamento de Contenido (Reinicia en la operación número 22).
25.-		No. Valida la información recibida conjuntamente con la Dirección General de Mercadotecnia y se la turna.
26.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material, valida el diseño, original electrónico del material promocional, guiones de audio y video o de publicación según corresponda a la solicitud. Envía de forma económica los productos para conocimiento y comentarios o validación a la Coordinación General de Comunicación Social.
27.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe material de audio y video o de publicación, otorga su visto bueno a los contenidos y líneas gráficas y en su caso hace comentarios y regresa documentos a la Dirección General de Mercadotecnia.
28.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe material autorizado de audio y video o de publicación según sea el caso, se pone en contacto vía telefónica con la unidad administrativa o dependencia solicitante para programar la revisión de los mismos.
29.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Se entera vía telefónica de la fecha de reunión, asiste a la reunión con la Dirección General de Mercadotecnia, emite comentarios o aprueba el material promocional de audio y video o de publicación, establecen tiempos y formas de entrega.
30.-	Dirección General de Mercadotecnia	Una vez que el material de audio y video o de publicación es aprobado verifica que cuente con el número de autorización del Comité Editorial de la Administración Pública Estatal, o en su caso recomienda realizar el trámite correspondiente, elabora oficio de respuesta, obtiene tres copias, envía original con una copia a la unidad administrativa o dependencia solicitante, obtiene acuse en la copia, extrae de archivo la copia amarilla de Formato de Registro de Seguimiento de Gestión adjunta copia de oficio de contestación y turna a la Coordinación General, obtiene acuse en la copia rosa y archiva.
31.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Recibe original del oficio de respuesta, material de audio y video o de publicación, según se haya solicitado, firma de recibido en la copia y regresa. Realiza los tramites necesarios para su difusión o publicación, se vincula con los Procedimientos: Atención de solicitudes de Servicios Impresos de las Dependencias Estatales; Difusión y Seguimiento de Inserciones en Medios Impresos; Difusión de Material de Información en Medios Electrónicos.
32.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe copia amarilla del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión, así como copia de oficio de respuesta, firma copia rosa del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión y devuelve.

Extrae de archivo original de formato Registro de Seguimiento de Gestión, registra en el mismo que se atendió asunto, le anexa copia del oficio de contestación y archiva.

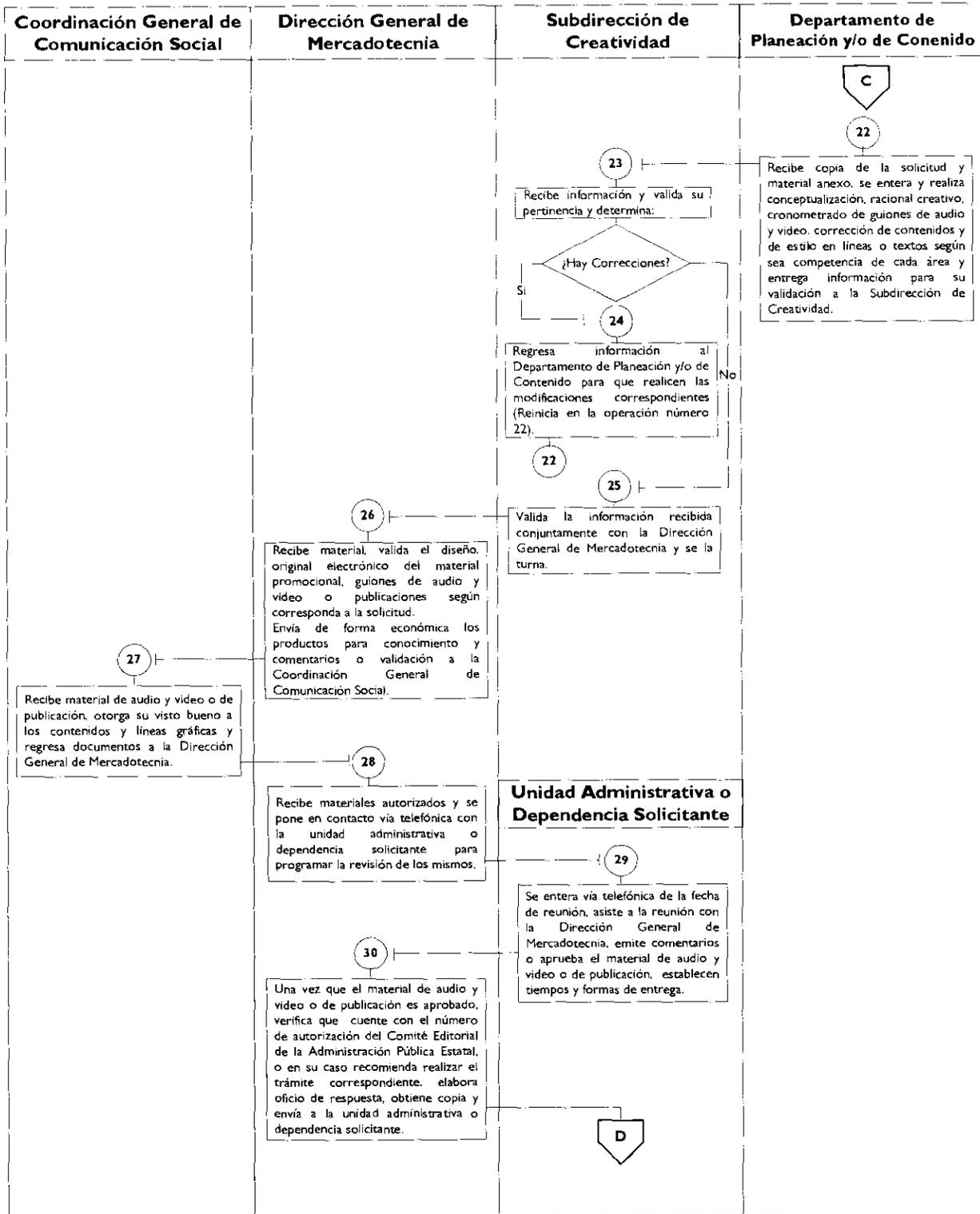
Procedimiento: Asesoría y Apoyo Técnico para la Producción de Materiales Promocionales



Procedimiento: Asesoría y Apoyo Técnico para la Producción de Materiales Promocionales



Procedimiento: Asesoría y Apoyo Técnico para la Producción de Materiales Promocionales



Procedimiento: Asesoría y Apoyo Técnico para la Producción de Materiales Promocionales

Coordinación General de Comunicación Social	Dirección General de Mercadotecnia	Unidad Administrativa o Dependencia Solicitante	Departamento de Planeación y/o de Contenido
<p style="text-align: center;">32</p> <p>Recibe copia análoga del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión, así como copia de oficio de registro, firma copia rosa del Formato de Registro de Seguimiento de Gestión y devuelve.</p> <p>Extrae de archivo original de formato Registro de Seguimiento de Gestión, registra en el mismo que se trató asunto, le anexa copia del oficio de contestación y archiva.</p> <p style="text-align: center;">FIN</p>		<p style="text-align: center;">D</p> <p style="text-align: center;">31</p> <p>Recibe original del oficio de respuesta, firma de recibido en la copia y entrega.</p> <p>Realiza los trámites necesarios para su difusión o publicación, se vincula con los Procedimientos: Atención de solicitudes de Servicios Impresos de las Dependencias Escafies; Difusión y Seguimiento de Inscripciones en Medios Impresos; Difusión de Material de Información en Medios Electrónicos.</p>	

Medición.

INDICADOR DEL SERVICIO

$$\frac{\text{Número mensual de materiales promocionales elaborados}}{\text{Número mensual de materiales promocionales solicitados}} \times 100 =$$

Porcentaje de materiales promocionales producidos.

Formatos e instructivos. No aplica

<p>Coordinación General de Comunicación Social</p>	<p>Edición: Primera</p>
<p>Dirección General de Mercadotecnia</p>	<p>Fecha: Mayo de 2010</p>
<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p>Código: 214060200</p>
	<p>Página :</p>

5.2 PROCESO TRES:

EMISIÓN DE DICTAMEN TÉCNICO SOBRE IDENTIDAD GRÁFICA INSTITUCIONAL PARA MATERIALES PROMOCIONALES, IMPRESOS, AUDIOVISUALES, DE COMUNICACIÓN EXTERNA Y SEÑALIZACIÓN
DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS

5.3.1. PROCEDIMIENTO UNO
214060200

EMISIÓN DE DICTAMEN TÉCNICO SOBRE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

PROCEDIMIENTO: EMISIÓN DE DICTAMEN TÉCNICO SOBRE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Objetivo

Fortalecer la imagen gubernamental y la identidad estatal, mediante la emisión de dictamen técnico sobre la imagen institucional que permite la correcta utilización de los elementos que constituyen la Identidad Gráfica Institucional en los materiales que pretendan difundir acciones, programas y servicios que lleva a cabo el Gobierno del Estado de México.

Alcance

Aplica a las dependencias y entidades del Gobierno del Estado de México que realizan obras, acciones y programas que requieran difusión de carácter promocional.

Referencias

- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que abroga el diverso que crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, Gaceta del Gobierno publicado el 17 de noviembre de 2005.
- Acuerdo por el que se establecen las normas administrativas para la asignación y uso de bienes y servicios de las dependencias y organismos auxiliares del Poder Ejecutivo Estatal, Gaceta del Gobierno publicado el 24 de febrero de 2005, y sus reformas.
- Manual de Uso de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México (Coordinación General de Comunicación Social), emitido el 3 de julio de 2006.
- Manual de Normas y Políticas para la Emisión de Publicaciones Oficiales del Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal. Emitido en 2006.
- Manual General de Organización de la Coordinación General de Comunicación Social, Gaceta del Gobierno publicado el 19 de junio de 2007.

Responsabilidades

La Dirección General de Mercadotecnia es la responsable de proponer los elementos de identidad gráfica institucional, elaborar el manual respectivo y supervisar su aplicación en materiales impresos y audiovisuales, así como de comunicación exterior y señalización por parte de las diversas dependencias y entidades del Ejecutivo Estatal.

La Coordinación General de Comunicación Social deberá:

Recibir de las unidades administrativas o dependencias solicitantes las solicitudes para la emisión de dictamen para el uso de la Identidad Gráfica Institucional y turnarlas para su atención, previo registro y control de la documentación.

La Dirección General de Mercadotecnia deberá:

Instruir la elaboración del dictamen y autorizarlo.

La Subdirección de Arte deberá:

Proponer los elementos de identidad gráfica institucional y coordinar la elaboración del manual respectivo.

Estar en contacto con la unidad administrativa o dependencia solicitante para asesorar sobre el correcto empleo de los elementos gráficos.

Supervisar la aplicación de los elementos de identidad gráfica institucional en materiales impresos y audiovisuales, o de comunicación exterior y señalización, según sea el caso del material a dictaminar y conforme a lo dispuesto en el Manual de Uso de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México.

Elaborar dictamen técnico sobre la imagen institucional y enviarlo a la unidad administrativa o dependencia solicitante.

El Departamento de Comunicación Exterior y Señalización y/o Departamento de Difusión adscritos a la Dirección General de Publicidad, y/o Unidad Administrativa o Dependencia solicitante deberán:

Elaborar oficio de solicitud para la Emisión de Dictamen para el uso de la Identidad Gráfica Institucional y realizar los cambios solicitados por la Subdirección de Arte respecto a los elementos gráficos del material a dictaminar.

Definiciones**Campaña**

Serie coordinada de actividades y materiales promocionales que se organizan en torno a un tema y cuya finalidad es cumplir una meta específica de difusión en un tiempo determinado.

Original Electrónico

Archivo en forma magnética u óptica de un producto terminado, que contiene información de tipografía, imágenes y formato con indicaciones específicas para reproducción.

Insumos

Oficio de solicitud dirigido al titular de la Coordinación General de Comunicación Social, con copia para la Dirección General de Mercadotecnia y material para dictaminar.

Resultado

Dictamen técnico sobre la imagen institucional.

Interacción con otros procedimientos

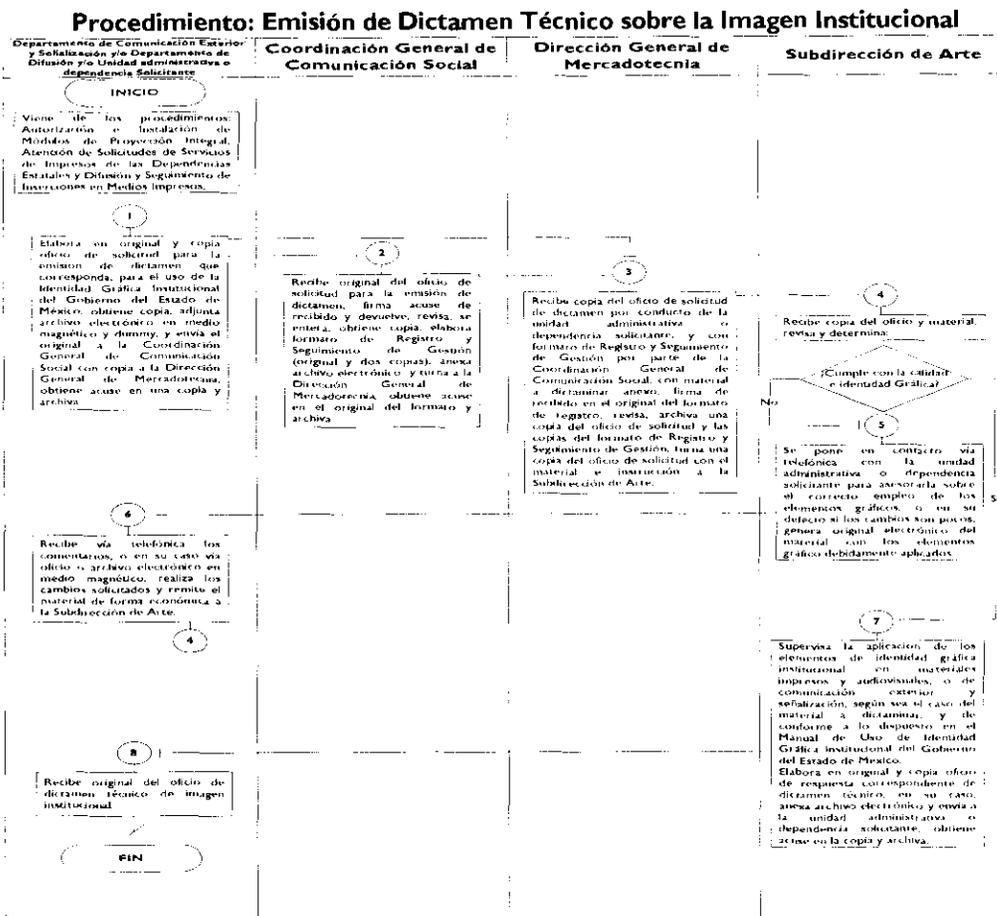
- 1.- Autorización e Instalación de Módulos de Proyección Integral
- 2.- Atención de Solicitudes de Servicios de Impresos de las Dependencias Estatales
- 3.- Difusión y Seguimiento de Inserciones en Medios Impresos
(Procedimientos correspondientes a la Dirección General de Publicidad)

Políticas:

1. Todo material gráfico, impreso o audiovisual, demostrativo, promocional, de señalización o identificación oficial que no cumpla con la normatividad respectiva, deberá ser sancionado en función de la correcta aplicación de lo establecido en el Manual de Uso de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México.

Emisión de Dictamen Técnico sobre la Imagen Institucional

No	Unidad Administrativa	Descripción / Actividad
1.-	Departamento de Comunicación Exterior y Señalización y/o Departamento de Difusión de la Dirección General de Publicidad y/o Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Viene de los procedimientos: Autorización e Instalación de Módulos de Proyección Integral, Atención de Solicitudes de Servicios de Impresos de las Dependencias Estatales y Difusión y Seguimiento de Inserciones en Medios Impresos. Elabora en original y copia oficio de solicitud para la emisión de dictamen que corresponda, para el uso de la Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México (en materiales de difusión, impresos y/o electrónicos), conforme a la norma administrativa ACP 092, obtiene copia, adjunta archivo electrónico en medio magnético y <i>dummy</i> , y envía el original a la Coordinación General de Comunicación Social con copia a la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en una copia y archiva.
2.-	Coordinación General de Comunicación Social	Recibe original del oficio de solicitud para la emisión de dictamen, firma acuse de recibido y devuelve, revisa, se entera, obtiene copia, elabora formato de Registro y Seguimiento de Gestión (original y dos copias), anexa archivo electrónico en medio magnético y <i>dummy</i> y turna a la Dirección General de Mercadotecnia, obtiene acuse en el original del formato y archiva.
3.-	Dirección General de Mercadotecnia	Recibe copia del oficio de solicitud de dictamen por conducto de la unidad administrativa o dependencia solicitante, y con Formato de Registro y Seguimiento de Gestión por parte de la Coordinación General de Comunicación Social, con el material a dictaminar anexo, firma de recibido en el original del Formato de Registro y Seguimiento de Gestión, revisa, archiva una copia del oficio de solicitud y las copias del formato de Registro y Seguimiento de Gestión, turna una copia del oficio de solicitud con el material e instrucción a la Subdirección de Arte.
4.-	Subdirección de Arte	Recibe copia del oficio de solicitud de dictamen y material, revisa y determina: ¿El material cumple con la calidad e identidad gráfica?
5.-		No. Se pone en contacto vía telefónica con la unidad administrativa o dependencia solicitante para asesorarla sobre el correcto empleo de los elementos gráficos, o en su defecto si los cambios son pocos, genera original electrónico del material con los elementos gráficos debidamente aplicados.
6.-	Unidad Administrativa o Dependencia solicitante	Recibe vía telefónica los comentarios, o en su caso en forma económica archivo electrónico en medio magnético con los elementos gráficos debidamente aplicados, realiza los cambios solicitados y remite el material en forma económica a la Subdirección de Arte, se conecta con la operación número cuatro.
7.-	Subdirección de Arte	Si. Supervisa la aplicación de los elementos de identidad gráfica institucional en materiales impresos y audiovisuales, o de comunicación exterior y señalización, según sea el caso del material a dictaminar, y conforme a lo dispuesto en el Manual de Uso de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México. Elabora en original y copia oficio de respuesta correspondiente de dictamen técnico, en su caso, anexa archivo electrónico y envía a la unidad administrativa o dependencia solicitante, obtiene acuse en la copia y archiva.
8.-	Unidad administrativa o dependencia solicitante	Recibe original del oficio de dictamen técnico de imagen institucional, firma acuse de recibido devuelve, archiva dictamen.



Medición.

INDICADOR DEL SERVICIO

Número mensual de dictámenes técnicos sobre la Identidad Gráfica Institucional Elaborados

X 100 =

Número mensual de dictámenes técnicos sobre la Identidad Gráfica Institucional solicitados

Porcentaje de dictámenes técnicos sobre la Identidad Gráfica Institucional atendidos.

Formatos e instructivos. No aplica

<p>Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia</p>	<p>Edición: Primera</p>
<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	<p>Fecha: Mayo de 2010</p>
	<p>Código: 214060000</p>
	<p>Página:</p>

VI. SIMBOLOGÍA

Símbolo	Representa
	Inicio o final del procedimiento. Señala el principio o terminación de un procedimiento. Cuando se utilice para indicar el principio del procedimiento se anotará la palabra INICIO y cuando se termine se escribirá la palabra FIN.
	Conector de Operación. Indica el número progresivo que le corresponde a cada operación dentro del procedimiento.
	Operación. Representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento y se anota dentro del símbolo la descripción de la acción que se realiza en ese paso.
	Conector de hoja en un mismo procedimiento. Este símbolo se utiliza con la finalidad de evitar las hojas de gran tamaño, el cual muestra al finalizar la hoja, hacia donde va y al principio de la siguiente hoja de donde viene; dentro del símbolo se anotará la letra "A" para el primer conector y se continuará con la secuencia de las letras del alfabeto.

	Decisión. Se emplea cuando en la actividad se requiere preguntar si algo procede o no, identificando dos o más alternativas de solución. Para fines de mayor claridad y entendimiento, se describirá brevemente en el centro del símbolo lo que va a suceder, cerrándose la descripción con el signo de interrogación.
	Línea continúa. Marca el flujo de la información y los documentos o materiales que se están realizando en el área. Su dirección se maneja a través de terminar la línea con una pequeña línea vertical y puede ser utilizada en la dirección que se requiera y para unir cualquier actividad.
	Fuera de flujo. Cuando por necesidades del procedimiento, una determinada actividad o participación ya no es requerida dentro del mismo, se utiliza el signo de fuera de flujo para finalizar su intervención en el procedimiento.
	Interrupción del procedimiento. En ocasiones el procedimiento requiere de una interrupción para ejecutar alguna actividad o bien, para dar tiempo al usuario de realizar una acción o reunir determinada documentación.

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera Fecha: Mayo de 2010 Código: 214060000 Página :
--	--

VII. REGISTRO DE EDICIONES

PRIMERA EDICIÓN:

Elaboración del Manual de Procedimientos de la Dirección General de Mercadotecnia, mayo de 2010.

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera Fecha: Mayo de 2010 Código: 214060000 Página :
--	--

VIII. DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUCIÓN:

El original del Manual de Procedimientos se encuentra en poder de la Dirección General de Mercadotecnia.

Las copias controladas están distribuidas de la siguiente forma:

- 1.- Subdirección de Creatividad
- 2.- Subdirección de Arte
- 3.- Coordinación Administrativa

Coordinación General de Comunicación Social Dirección General de Mercadotecnia MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Edición: Primera Fecha: Mayo de 2010 Código: 214060000 Página :
--	--

IX. VALIDACIÓN

Lic. David López Gutiérrez
 Coordinador General de Comunicación Social
 (Rúbrica).

Lic. Margarita Neyra González
 Directora General de Mercadotecnia
 (Rúbrica).

Lic. Ofelia Yolanda Fonseca Bernal
 Subdirector de Creatividad
 (Rúbrica).

C. José Cuauhtémoc Guerra Cantú
 Subdirector de Arte
 (Rúbrica).