



PLAN DE TRABAJO

COMUNICACIÓN

SOCIAL

TAMPACÁN, S.L.P.

PLAN DE TRABAJO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Los gobernantes deben estar vinculados a la sociedad y mantener informada a la ciudadanía del quehacer gubernamental, no solamente en áreas de generar una buena imagen sino fundamentalmente dar vigencia a un ejercicio legal de transparencia.

El siguiente plan de trabajo, que puede ir siendo modificado y perfeccionado sobre la marcha de la administración, que guía las actividades del departamento de comunicación social para cumplir a cabalidad con sus funciones elementales de difusión y relaciones públicas.

Esta dirección mantiene una estrecha y constante relación con los medios de comunicación impresos y electrónicos, con quienes puede, en la medida de la disponibilidad presupuestal y análisis previo, pactar convenios de difusión y/o contratar espacios de publicidad.

MISIÓN

Ser difusores oportunos del gobierno municipal utilizando todos los medios disponibles para que la sociedad esté informada de las obras, acciones y servicios que se ofrecen, para así obtener una vinculación que se traduzca en participación social.

VISIÓN

- Convertir a la dirección de comunicación social en una verdadera y moderna fuente de información creíble, oportuna, veraz del que hacer del gobierno municipal.

- Atender, escuchar y canalizar o dar solución a las opciones o problemáticas de la gente, ya que este departamento como gestor social, es un filtro para atender a la ciudadanía de manera inmediata, y así agilizar el trato hacia la gente por parte del munícipe.

OBJETIVO GENERAL

Cubrir y difundir con oportunidad, claridad y prontitud las actividades del gobierno municipal a través de los medios de comunicación tradicionales y/o alternativos, además de hacer uso de las redes sociales como Facebook, para mantener informada a la población sobre el quehacer del H. Ayuntamiento, desplegando una política de comunicación con una atractiva campaña institucional que divulgue las metas, avances y logros en obras y acciones.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diseñar un formato de comunicación.
2. Diseñar una ruta diaria: conocer agenda, invitar a medios, cubrir eventos, enviar información (comunicados, fotografías y audios), confirmar envíos y monitorear publicación.
3. Revisión de una cuenta de correo oficial: h.ayuntamiento2018_2021@outlook.com .
4. Revisión, manipulación y actualización de cuenta en Facebook: H. Ayuntamiento de Tampacán 2018-2021, <https://www.facebook.com/ComunicacionSocial2018.2021> .
5. Diseñar un formato de invitación a actividades para medios.

6. Integrar un banco de imágenes, audios y boletines (para facilitar el flujo e identificación de la información)
7. Establecer un monitoreo de medios impresos y electrónicos.
8. Trabajar en la recepción y análisis de convenios con los medios para asegurar la difusión, en acuerdo absoluto con la Presidenta Municipal.

LÍNEAS DE ACCIÓN

Para cumplir con el objetivo general. Este departamento de comunicación social debe mantener una serie de actividades específicas invariables de manera diaria como son:

1. Conocer la agenda del presidente municipal y de actividades de otras dependencias a través de la secretaria de la presidencia.
2. Definir y jerarquizar por importancia las actividades contenidas en la agenda para formular una invitación a medios para su cobertura.
3. Invitar y confirmar a los medios vía electrónica, telefónica y/o impresa.
4. Diseñar un plan de cobertura propio
5. Cubrir el o los eventos del día con fotografía, video y grabación de audio.
6. Redactar un comunicado, así como seleccionar las fotografías más representativas del o los eventos cubiertos, así como editar audio para los medios informativos.
7. Enviar y confirmar la información enviada vía electrónica a los medios.
8. Mantener actualizada la cuenta en Facebook
9. Monitorear la transmisión de la información en los medios (noticieros de radio y/o televisión, así como impresos al día siguiente).
10. Vigilar y actualizar a través de la oficina de acceso a la información pública la actualización constante y permanente de nuestro portal electrónico
11. Estar pendiente de la recepción de otra clase de acciones y/o información sobre avisos, informe o agendas de las diversas dependencias.

PLAN ESTRATÉGICO DE IMAGEN

1. Promoción de agenda de trabajo motivar a los diferentes departamentos a que desplieguen una agenda de jornada de trabajo que permita hacer notar a la ciudadanía el trabajo del gobierno en materia de servicios públicos, salud, educación, obra, deporte, cultura, entre otros y hacer llegar las imágenes e información a este departamento para su publicación e información.
2. Campaña en medios.
 - Diseñar y producir de manera constante spoteo para radio, así como influir en la agenda de noticieros incluyendo noticias y entrevistas a los directivos de cada departamento, sobre la actividad del gobierno, metas, logros, proyectos y compromisos cumplidos.
 - Promoción en medios impresos mediante periódicos y revistas, una campaña de información sobre actividades del gobierno.
 - Diseñar y publicar avisos, convocatorias, escuelas, felicitaciones, capsulas informativas, entre otros, apegados a los lineamientos de la campaña.
3. Atención a la ciudadanía.

Con el fin de darle una mejor atención y escuchar a la ciudadanía se pretende darle al espacio de comunicación social, más privacidad para darle un mejor servicio.

USO DE REDES SOCIALES Y PÁGINA OFICIAL

1. Utilizar y explotar redes al máximo como Facebook, para potenciar la información. Estas herramientas nos permiten llegar a un sector muy identificado con la alcaldesa: los jóvenes.

Son rápidos directos y oportunos para la promoción de la información.

C. CAROLINA JONGUITUD MEZA
DIRECTORA DE COMUNICACION SOCIAL