



COMUNICACIÓN SOCIAL

PLAN DE TRABAJO


SENO MUNICIPAL DE TULA DE ALLENDE
EDO. DE MÉX.
2016-2020
SRIA. GRAL. MUNIC. PAL



Presentación.

Los gobiernos deben estar estrechamente vinculados a la sociedad y mantenerla informada de las acciones que emprende la administración municipal , no solo para posicionar una imagen que es fundamental, sino para dar vigencia a un compromiso legal de transparencia y acceso a la información .

El siguiente, es un plan operacional que es perfectible sobre el día a día, que oriente las actividades de la Dirección de Comunicación Social para cumplir con su elemental función de comunicar y difundir.

Esta dirección mantiene también una estrecha relación y sinergia con los medios de comunicación escritos y electrónicos, con quienes en la medida del alcance presupuestal, se establecen convenios para la difusión de las actividades.



Misión

Ser difusores oportunos de la Administración Municipal de Tula, mediante el empleo de todos los medios disponibles para que la ciudadanía esté informada de las acciones, obras, programas y servicios que se ofrecen, alentando la participación social.

Visión

Convertir a la Dirección de Comunicación Social en una verdadera fuente de información moderna, eficiente, oportuna y veraz del quehacer de la administración municipal.



Objetivo

Cubrir con oportunidad, prontitud y claridad las actividades de la Administración Municipal de Tula, a través de los medios tradicionales, alternativos, electrónicos, el uso de las redes sociales para mantener informada a la población mediante una campaña institucional que difunda las metas, avances y logros en obras y acciones

Objetivos específicos

Diseño de una ruta crítica diaria: conocer agendas, invitar a medios, cubrir eventos),

- Enviar información:
- Confirmar envíos y monitorear publicación.

- Cuentas de correo oficiales:

Interno: tulacomunica@tula.gob.mx

Externo: tulacomunica@gmail.com



Objetivos específicos

Cuentas de Facebook:

Administración Municipal de Tula

Ismael Gadoth Tapia Benítez (perfil y página)

Cuentas de twitter:

@gobiernotula

@gadotht

Integración de un banco de imágenes, audios y boletines para facilitar el flujo informativo y ser facilitadores con los medios de comunicación .

Establecer un monitoreo de medios impresos y electrónicos para la elaboración de la síntesis informativa.



Líneas de acción:

Para cumplir con su objetivo, la Dirección de Comunicación Social debe mantener actividades específicas como son:

- Conocer la agenda de actividades públicas diarias del Presidente Municipal, a través de la secretaría particular.
- Conocer la agenda semanal y mensual de los eventos, acciones y programas a realizarse por parte de las Direcciones y Coordinaciones que integran la Administración Municipal.
- Planeación anticipada de campañas, diseños y spoteo de las diferentes áreas que integran la administración .
- Definir y jerarquizar las actividades y evaluar el tipo de difusión a realizar.



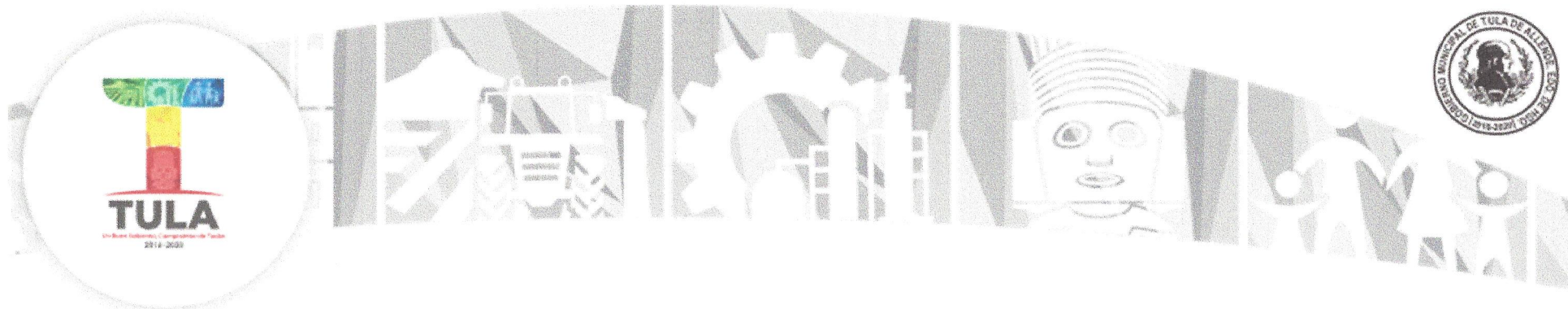
Líneas de acción:

- Realizar con oportunidad las convocatorias e invitación a medios de comunicación para la cobertura de eventos.
- Realización de un plan de cobertura propio.
- De acuerdo a la programación y jerarquización, realizar la cobertura de eventos y actividades y eventos, con las herramientas de fotografía, video, audio y diseños previos.
- Redacción de boletín, selección de fotografías, edición de audio y video.
- Actualizar las páginas y perfiles en redes sociales.



Líneas de acción:

- En Coordinación con la Unidad de Transparencia y Modernización, actualizar el apartado informativo de la página Web.
- Monitoreo y análisis de la información publicada.



Plan estratégico de imagen.

Las acciones descritas con anterioridad, deben de ir de un plan estratégico, que busque posicionar a la administración municipal en el ánimo de la ciudadanía, que se traduzca en aceptación y aprobación social.

1.- Diseño de campaña Institucional

Definir un logotipo de la administración donde se promuevan valores como la eficiencia, responsabilidad, honestidad, respeto, tolerancia, inclusión, transparencia y rendición de cuentas, que permita posicionar al municipio de Tula como líder en la zona sur del estado.

2.- Promoción de agendas de trabajo

Motivar a las diferentes dependencias al despliegue de una intensa agenda de jornada de trabajo en comunidades y la cabecera municipal que permitan notar a la ciudadanía del trabajo del gobierno en materia de servicios públicos Salud Educación y deportes cultura turismo entre otros.



Plan estratégico de imagen.

3.- Promoción del municipio como destino turístico y cultural.

Diseñar una ruta mediante la instalación de espectaculares que conduzcan a Los visitantes hacia nuestro municipio utilizando la campaña institucional y una selección de los mejores destinos naturales que ofrecemos.

Y reposicionar a nuestra capital tolteca como cuna de esta civilización y como la nueva capital cultural del sur del Estado de Hidalgo

4.- Campañas en Medios de Comunicación

diseñar y producir de manera constante spoteo para radio por ser el medio de mayor influencia por la situación geográfica así como influir en la agenda de noticieros incluyendo noticias y entrevistas sobre la actividad de gobierno metas logros proyectos y compromisos cumplidos promoción en medios impresos mediante periódicos y revistas una campaña de información sobre actividades de gobierno agenda de trabajo y actos temáticos.



Plan estratégico de imagen.

3.- Promoción del municipio como destino turístico y cultural.

Diseñar una ruta mediante la instalación de señalización que conduzcan a los visitantes hacia nuestro municipio utilizando la campaña institucional y una selección de los mejores destinos naturales que ofrecemos y reposicionar a nuestra capital tolteca como cuna de esta civilización y como la nueva capital cultural del sur del Estado de Hidalgo.

4.- Campañas en Medios de Comunicación

Diseñar y producir de manera constante spoteo para radio por ser el medio de mayor influencia por la situación geográfica así como influir en la agenda de noticieros incluyendo noticias y entrevistas sobre la actividad de gobierno metas logros proyectos y compromisos cumplidos promoción en medios impresos mediante periódicos y revistas una campaña de información sobre actividades de gobierno agenda de trabajo y actos temáticos.



Plan estratégico de imagen.

5.- diseñar y publicar avisos, convocatorias, esquelos, felicitaciones, cápsulas informativas entre otros apegados a la imagen institucional

6.- Encuentro con medios de comunicación

promoviendo entrevistas y ruedas de prensa, generando una política de integración y de comunicación con los medios locales y con los ubicados en la capital del estado.

7.- Diseñar y producir una gaceta bimestral electrónica que contenga información gráfica sobre las actividades del titular del ejecutivo y del gobierno municipal



Plan estratégico de imagen.

8.- Redes Sociales

utilizar y explotar al máximo en redes como facebook y Twitter Instagram para potenciar la información; estas herramientas nos permiten llegar a un perfil de mercado muy identificado con el alcalde: los jóvenes.

- Son rápidos, directos y oportunos para la promoción de la información y proveen ventajas competitivas en la inmediatez de la transmisión en la información
- Anclar la información de redes sociales a través de la página oficial **tula.gob.mx** y convertir a esta herramienta informática en el rostro y la ventana informativa de consulta para la ciudadanía la cual tendrá que estar bajo una actualización constante.



Equipamiento y estructura organizacional

Equipamiento

para cumplir a cabalidad con sus objetivos y líneas de acción esta oficina deberá estar equipada con las herramientas técnicas elementales:

Cámaras de fotografía

Cámaras de video

Grabadoras de audio

Computadoras.

Tripiés

Micrófonos

Automóvil



Equipamiento y estructura organizacional

Organización de la Dirección de Comunicación Social

esta oficina deberá contar con una estructura organizacional que deberá integrar al siguiente personal con sus actividades específicas y especiales para su funcionamiento.

Director

Encargado de fotografía

Encargado de redes y video

Encargado de prensa

Diseñador

Auxiliar



Apuntes finales y limitaciones al proyecto

Este manual de operaciones y plan estratégico es una guía que orienta el adecuado y correcto funcionamiento de la dirección de Comunicación Social, estableciendo orden, disciplina y dinamismo; para dar a conocer con puntualidad la información que genera la administración municipal de Tula.

Sin embargo, se puede establecer que el único límite que tiene es de carácter presupuestal por lo que siempre es recomendable estar vigilando la aplicación del gasto aprobado