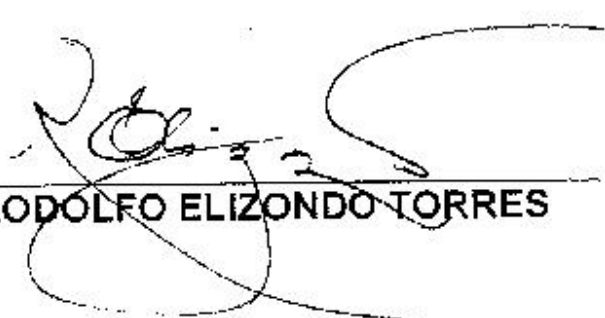




**MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**AUTORIZA
EL C. SECRETARIO DE TURISMO**



LIC. RODOLFO ELIZONDO TORRES

**INTEGRÓ
EL SUBSECRETARIO DE INNOVACIÓN Y CALIDAD**



LIC. ROBERTO ISAAC HERNÁNDEZ



**IDENTIFICACION DE FIRMA (S) O RUBRICA (S) DE VALIDACION
DEL MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE LA
DIRECCION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

NOMBRE Y CARGO

FIRMA O RUBRICA

Lic. Victor Hugo Castañeda Soto
Director General de Comunicación Social



OFICINAS DEL C. SECRETARIO

MANUAL DE ORGANIZACIÓN ESPECÍFICO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ABRIL DE 2008

ÍNDICE

Í N D I C E

	PÁGINA
Introducción	4
Antecedentes Históricos	6
Marco Jurídico-Administrativo	10
Atribuciones	15
Organigrama	17
Estructura Orgánica	19
Objetivo y Funciones por Área	21

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

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

En este contexto, el Manual de Organización Específico de la Dirección General de Comunicación Social es el instrumento que precisa las funciones y los ámbitos de responsabilidad en los cuales se desarrollan las labores de las áreas que la integran, evitando así una posible duplicidad de funciones asignadas a cada puesto, proporcionando un medio práctico y oportuno de capacitación en el trabajo para el personal y contribuyendo a una mayor eficacia y productividad de la Secretaría de Turismo; con el propósito fundamental de coadyuvar a la consecución de los objetivos y metas a su cargo.

El Manual de Organización Específico, esta dividido en apartados que proporcionan información sobre los Antecedentes Históricos, Marco Jurídico-Administrativo, Atribuciones, Organigrama, Estructura Orgánica, el Objetivo y Funciones de cada una de las áreas administrativas que la conforman.

La información necesaria para la integración de este documento, fue proporcionada por la Dirección General de Comunicación Social, correspondiendo a la Dirección de Organización, dependiente de la Dirección General de Desarrollo Institucional y Coordinación Sectorial, compendiarla, validarla y darle uniformidad para su presentación.

Asimismo, con el propósito de cumplir con las disposiciones, lineamientos y normas que emiten las Dependencias Globalizadoras, la Dirección General de Comunicación Social, deberá mantener actualizado el presente manual.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

1978

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

1982

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

1984

El Reglamento Interior publicado el 6 de agosto, la Secretaría de Turismo quedo integrada con tres Subsecretarías, la Oficialía Mayor, la Contraloría Interna, quince Direcciones Generales, entre las que se encontraba la de Comunicación Social, dos Subcontralorías, el Centro de Estudios Superiores en Turismo, las Delegaciones de Turismo y las Representaciones en el Extranjero.

1985

Conforme a los lineamientos de austeridad y racionalización del gasto público dictados por el Ejecutivo Federal, el 20 de agosto se publicó un nuevo Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, quedando integrada su estructura de organización de la siguiente manera: dos Subsecretarías, la Oficialía Mayor, la Contraloría Interna, 13 Direcciones Generales, entre las que se encontraba la de Comunicación Social, conservando las mismas atribuciones; el Centro de Estudios Superiores en Turismo, las Coordinaciones Regionales de Delegaciones de Turismo, las Delegaciones de Turismo y las Representaciones en el Extranjero.

1989

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

1993

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

El 20 de octubre del mismo año, la Dependencia Globalizadora dictaminó favorablemente dicho proyecto, en el cual sigue quedando con el mismo nombre la Unidad de Comunicación Social.

1994

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

1996

El 17 de abril, las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y de Contraloría y Desarrollo Administrativo, dictaminaron favorablemente la reestructuración orgánica de la Dependencia, la cual se basa en tres grandes procesos: desarrollo, promoción y servicios turísticos, quedando integrada por un total de 295 plazas de mando; de las cuales, 17 corresponden a la estructura orgánica básica, dentro de esta, queda adscrita en las oficinas del Titular de la Secretaría de Turismo la Unidad de Comunicación Social.

Esta Unidad de Comunicación Social, cuenta con un total de 6 plazas de mando, conformadas por 4 de estructura y 2 puestos homólogos.

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

2001

El 15 de junio de 2001, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, creándose la nueva estructura orgánica, que tiene como propósito fundamental, posicionar a la actividad turística como eje estratégico del desarrollo nacional del turismo. Dentro de esta nueva estructura la Unidad de Comunicación Social cambia de denominación por la de Dirección General de Comunicación Social, conservando las facultades que tiene asignadas y su adscripción a las oficinas del Titular del Ramo.

MARCO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO

MARCO JURÍDICO- ADMINISTRATIVO

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

LEYES

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

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

Ley de Información, Estadística y Geográfica
D.O.F. 30-XII-1980 y sus reformas.

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

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

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

Ley Federal de Turismo
D.O.F. 31-XII-1992 y sus reformas.

Ley Federal de Procedimiento Administrativo
D.O.F. 04-VIII-1994 y su última reforma del 30-05-2000

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

Ley Federal de Radio y Televisión
D.O.F. 19-I-1960 y sus reformas

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

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

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

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

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

CODIGOS

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

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

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

REGLAMENTOS

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

Reglamento del Código Fiscal de la Federación
D.O.F. 29-II-1984 y sus reformas

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

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

Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo.
D.O.F. 15 -VI-2001, sus reformas

Reglamento Interior de la Comisión Ejecutiva de Turismo.
D.O.F. 23-IX-2004

Reglamento de la Ley Federal de Radio y TV, en materia de concesiones, permisos y contenidos de las Transmisiones de Radio y TV
D.O.F. 10-X-2002

Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
D.O.F. 11-06-2003

Reglamento de la Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública Federal
D.O.F. 2-IV-2004 y sus reformas

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

DECRETOS

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

Decreto por el que se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012
D.O.F. 31-V-2007

Decreto por el que se aprueba el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012
D.O.F. 18-I-2008

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

ACUERDOS

Acuerdo por el que se expide el Manual de Normas para el Ejercicio del Gasto de la Administración Pública Federal.

D.O.F. 4-V-2000 y sus reformas

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

D.O.F. 13-X-2000 y sus reformas

Acuerdo por el que se adscriben orgánicamente las unidades administrativas y órgano desconcentrado a que se refiere el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo.

D.O.F. 19-VI-2001

Acuerdo por el que se expide el Manual de Normas Presupuestarias para la Administración Pública Federal

D.O.F. 31-XII-2004 y sus reformas

Acuerdo por el que se establece el Manual de Requerimientos de Información a dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y a la Procuraduría General de la República.

D.O.F. 30-V-2001

Acuerdo por el que se expide el Manual de Sueldos y Prestaciones para los Servidores Públicos de mando de la Administración Pública Federal

D.O.F. 31-V-2001 y sus reformas

Acuerdo por el cual se establecen los lineamientos generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la administración pública federal para el ejercicio fiscal 2008.

D.O.F. 22-XII-2007

DOCUMENTOS NORMATIVOS-ADMINISTRATIVOS

Manual de Organización General de la Secretaría de Turismo

D.O.F. 14-IX-2001 y su reforma del 9 de enero de 2003.

ATRIBUCIONES

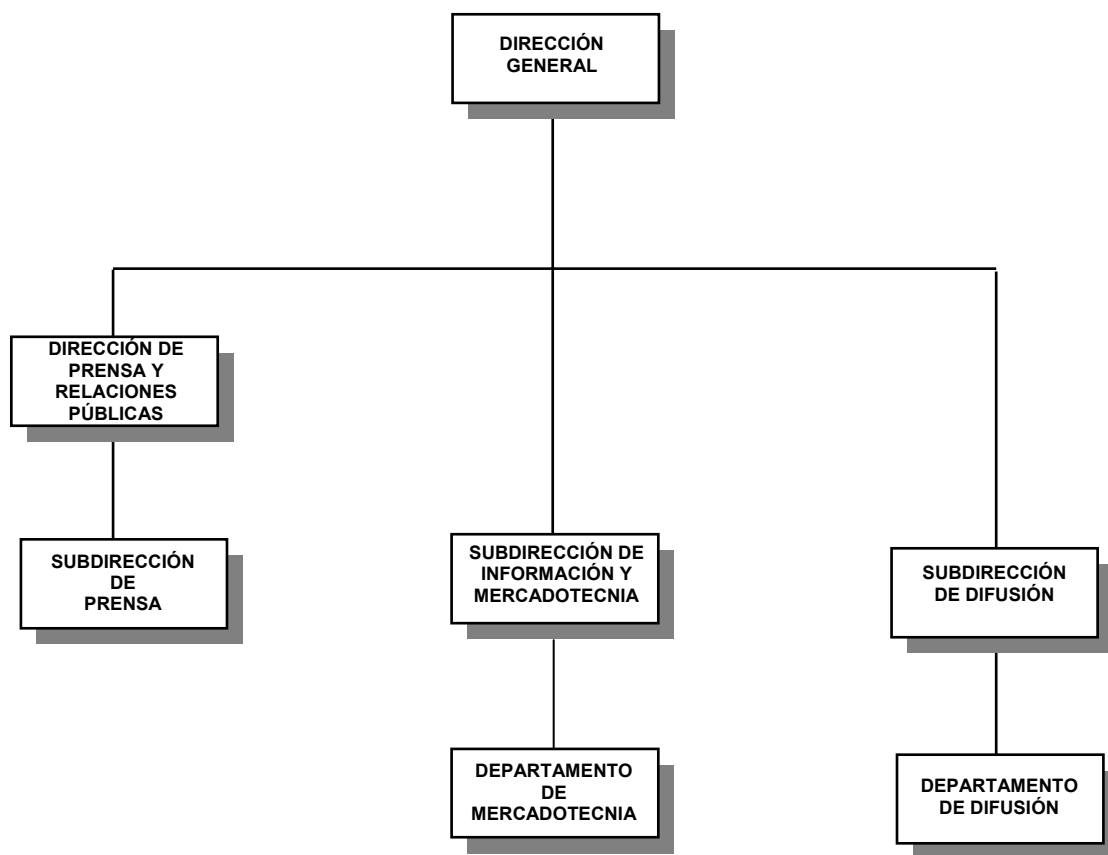
ATRIBUCIONES

Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, publicado en el D.O.F. el 15-VI-2001.

Artículo 15.- La Dirección General de Comunicación Social tendrá las siguientes facultades:

- I. Instrumentar las políticas y estrategias de comunicación social dictadas por el Titular de la Secretaría, así como difundir la imagen institucional de la dependencia a través de los diversos medios de comunicación;
- II. Formular sus programas de comunicación social con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación;
- III. Formular y desarrollar los programas de información, difusión y prensa de la Secretaría;
- IV. Informar de las actividades que lleve a cabo la Secretaría, así como de los eventos que realice o en los que participe;
- V. Conducir las relaciones con los medios de comunicación;
- VI. Organizar y supervisar entrevistas y conferencias con la prensa nacional e internacional y emitir boletines de prensa;
- VII. Coordinar las acciones de edición e impresión de las publicaciones oficiales de la Secretaría;
- VIII. Captar, analizar y difundir la información que sobre la Secretaría y la actividad turística en general se contenga en los medios de comunicación;
- IX. Promover y gestionar la participación de la Secretaría en el tiempo que le corresponde al Estado en la radio y televisión, y
- X. Apoyar a las unidades administrativas de la Secretaría y al Centro de Estudios Superiores en Turismo, en sus actividades de comunicación social.

ORGANIGRAMA



ESTRUCTURA ORGÁNICA

ESTRUCTURA ORGÁNICA

	Página
Dirección General de Comunicación Social	22
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas	24
Subdirección de Prensa	25
Subdirección de Información y Mercadotecnia	26
Departamento de Mercadotecnia	28
Subdirección de Difusión	29
Departamento de Difusión	30

OBJETIVO Y FUNCIONES POR ÁREA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO

Contribuir al fortalecimiento de la imagen de la Secretaría de Turismo como institución, a través de la estrategia de comunicación social dictada por el titular de la Dependencia. Asimismo, propiciar la participación de los diversos sectores de la población y de los servidores públicos de la Secretaría en la consecución de los objetivos nacionales.

FUNCIONES

Elaborar el Programa Anual de Comunicación Social que defina la estrategia de comunicación y los programas a desarrollar durante el año.

Coordinar la elaboración y presentar los programas de comunicación social del Consejo de Promoción Turística de México y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo para su autorización.

Difundir en medios de comunicación las actividades de la Secretaría de Turismo a través de las campañas autorizadas del programa anual de comunicación social.

Promover y difundir las actividades de mayor relevancia de la Secretaría de Turismo a través de las campañas de difusión autorizadas por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB, en los diversos medios de comunicación y a través de la utilización de tiempo oficial que le corresponde al Estado en radio y televisión.

Analizar la información relacionada con la actividad turística del país que se publica en los medios de comunicación e informar de ella a los Funcionarios de la Sectur, para que les ayude a la toma de decisiones, y a la reorientación de la estrategia de comunicación social.

Coordinar las relaciones institucionales con representantes de los medios de comunicación.

Difundir en medios de comunicación los programas implementados por la Secretaría de Turismo.

Coordinar la información de las tarjetas de apoyo que se le elaboran al C. Secretario para sus encuentros con la prensa.

Planear y coordinar las entrevistas y ruedas de prensa del Titular del ramo y de los funcionarios de la Secretaría de Turismo

Gestionar a solicitud de las Oficinas de Turismo de las Entidades Federativas los tiempos fiscales y de Estado ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación.

Promover el turismo de las Entidades Federativas y de la Secretaría de Turismo, dentro de los tiempos fiscales con duración de 20 a 30 segundos, en transmisión de programación abierta de las 6 de la mañana a las 10 de la noche, y tiempos de Estado que por derecho tiene el Gobierno Mexicano y con duración de 5 a 30 minutos.

Elaborar los discursos del C. Secretario orientados al fortalecimiento de la imagen de la actividad turística del País y de la importancia que tiene ésta en el desarrollo económico del mismo.

Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

DIRECCIÓN DE PRENSA Y RELACIONES PÚBLICAS

OBJETIVO

Lograr que los diferentes medios de comunicación nacionales y extranjeros cuenten con información turística suficiente y oportuna, con el propósito proyectar a la opinión pública la importancia que tiene el sector turístico, así como elaborar el calendario de actividades para desarrollar los programas de trabajo de la Secretaría de Turismo, referentes a información, difusión y prensa.

FUNCIONES

Elaborar boletines informativos en comunicados de prensa para su difusión en los diferentes medios.

Atender con eficiencia y oportunidad las solicitudes de cobertura y difusión de las diversas Unidades Administrativas de la Secretaría de Turismo.

Proporcionar a los representantes de los medios escritos, electrónicos y sitios web, la información y los elementos necesarios para que brinden una mejor cobertura informativa de lo que acontece en el sector turístico.

Difundir las políticas, estrategias, programas y pronunciamientos del Secretario y/o funcionarios del Sector Turístico, basado en la información que se maneje en los eventos y giras de trabajo.

Promover entrevistas con personajes clave y reportajes especiales de interés para el Sector Turístico.

Mantener óptimas relaciones de comunicación en forma permanente y profesional con los representantes de los medios, para obtener resultados positivos en las notas informativas, reportajes, artículos, comentarios y columnas de opinión.

Elaborar las estrategias de comunicación que se desarrollan en los eventos especiales del sector turístico.

Coordinar la información que se proporcione a los medios informativos durante las situaciones de crisis.

Coordinar las actividades de la Subdirección de Prensa.

Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE PRENSA

OBJETIVO

Coadyuvar para que los medios de comunicación nacionales y extranjeros cuenten con la información suficiente y oportuna de la actividad turística en el país y en particular la generada por la Sectur, a fin de mostrar a la opinión pública la importancia que tiene el sector turístico en la economía nacional.

FUNCIONES

Apoyar en la elaboración de boletines informativos y comunicados de prensa para su difusión en los diferentes medios de comunicación.

Enviar por correo electrónico, los boletines o comunicados de prensa a los medios de comunicación.

Coadyuvar en la atención con eficiencia y oportunidad las solicitudes de cobertura y difusión de las diversas Unidades Administrativas de la Secretaría de Turismo.

Mantener estrecha relación con los reporteros que cubren la fuente turística y proporcionarles de manera oportuna la información requerida.

Administrar e insertar la información generada por los funcionarios de la Sectur en el área de Sala de Prensa del portal de Internet de la Secretaría de Turismo.

Elaborar tarjetas de apoyo para el Titular del Ramo en sus encuentros con la prensa.

Cubrir los eventos de importancia donde intervenga el Titular y funcionarios de la Secretaría de Turismo.

Elaborar las invitaciones a los medios de comunicación a eventos y conferencias del Titular o Funcionarios de la Sectur.

Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE INFORMACIÓN Y MERCADOTECNIA

OBJETIVO

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

FUNCIONES

Coordinar la administración de los recursos humanos, financieros, materiales y servicios a solicitud de la Dirección General y realizar los trámites correspondientes vía Coordinación Administrativa.

Coordinar la contratación de espacios en los medios de comunicación y validar facturas por concepto de publicidad, a través de las órdenes de inserción y tramitar el pago correspondiente ante la Coordinación Administrativa de las Oficinas del C. Secretario.

Fungir como Enlace Informático ante la Dirección General Adjunta de Servicios Informáticos.

Dar seguimiento a los trámites que se llevan ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Segob., de los programas de comunicación social de la Sector, del Consejo de Promoción Turística de México y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

Enviar a la Dirección General de Normatividad y Comunicación de la Segob. Para su autorización y obtención de claves de las campañas previstas en el programa anual de comunicación social y dar seguimiento hasta su autorización.

Enviar la solicitud a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Segob. Y dar seguimiento a los trámites correspondientes para la autorización en Tiempos de Estado para las campañas de difusión de la Secretaría de Turismo.

Apoyar en la coordinación logística de eventos (ruedas de prensa, entrevistas) a cargo de la Dirección General de Comunicación Social.

Coordinar y verificar la atención de las solicitudes correspondientes a la Dirección General del Sistema Integral de Gestión de las Oficinas del C. Secretario.

Coordinar y verificar la atención de las solicitudes correspondientes a la Dirección General del Sistema Integral de Solicitudes de Información IFAI.

Coordinar y supervisar las actividades del Departamento de Mercadotecnia

Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad

DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA

OBJETIVO

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

FUNCIONES

Coordinar el diseño de publicaciones y material gráfico a solicitud de las diferentes Unidades Administrativas de la Secretaría de Turismo.

Seleccionar el material de audio y video que utilice la Secretaría de Turismo y proporcionarlo cuando así se requiera.

Investigar y adaptar las nuevas corrientes del diseño gráfico para aplicarlas en los productos que se elaboran para la Secretaría de Turismo.

Coordinar la elaboración de escenarios, cicloramas, stands y procenios, así como el montaje para las reuniones públicas que realizan las diferentes Unidades Administrativas de la Secretaría de Turismo.

Proporcionar el apoyo de reproducción de materiales audiovisuales a las diferentes Unidades Administrativas.

Elaborar los diseños de las campañas de comunicación de la Sector para su publicación en medios de comunicación.

Facilitar a los representantes de los medios de comunicación, el material gráfico necesario para el desempeño de sus labores, previa solicitud y autorización de la Dirección General de Comunicación Social.

Coordinar el diseño gráfico e impresión de carteles con el área solicitante.

Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

SUBDIRECCIÓN DE DIFUSIÓN

OBJETIVO

Mantener informado al Titular del Ramo y Funcionarios de primer nivel de la Secretaría de Turismo sobre el acontecer noticioso en materia turística nacional e internacional y a nivel político para analizar y dar seguimiento a la información generada diariamente sobre el sector turístico y coordinar la elaboración de los productos de difusión.

FUNCIONES

Coordinar la integración de la información nacional e internacional difundida por los medios de comunicación masiva relacionada con el Sector Turístico.

Proporcionar con eficiencia y oportunidad el acontecer noticioso a los funcionarios de la Secretaría de Turismo

Coordinar la elaboración del resumen de la información obtenida de los programas especializados y el monitoreo de los noticieros enviados por la empresa contratada para tal fin.

Elaborar el análisis semanal y mensual sobre el posicionamiento en los medios de comunicación de la información de la Secretaría de Turismo, del Consejo de Promoción Turística de México y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

Dar seguimiento a la información generada por la Dirección General de Comunicación Social a través de boletines, comunicados, ruedas de prensa e inserción de desplegados en los diferentes medios de comunicación.

Coordinar la elaboración de tres cortes informativos diarios de lunes a viernes de lo publicado en medios electrónicos de comunicación sobre noticias del Sector Turístico y las más relevantes a nivel nacional e internacional.

Recopilar y difundir la información que se genere durante las giras del C. Secretario de Turismo.

Recibir y analizar el monitoreo de los noticieros enviados por la empresa contratada para tal fin.

Coordinar las actividades del Departamento de Difusión.

Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.

DEPARTAMENTO DE DIFUSIÓN

OBJETIVO

Vigilar que la difusión de la información de la actividad turística, que se genera en los medios de comunicación nacional e internacional sea veraz y proporcionar de manera oportuna a los funcionarios de la Secretaría de Turismo.

.

FUNCIONES

Realizar informe cuantitativo quincenal sobre la cobertura informativa que los medios de comunicación dan al Sector Turístico.

Coordinar la entrega de material informativo como periódicos nacionales e internacionales y revistas al C. Secretario y funcionarios autorizados por la Dirección General de Comunicación Social.

Monitorear las noticias del Sector Turístico en medios de comunicación locales.

Elaborar la Carpeta informativa que contiene copia de las notas periodísticas más sobresalientes del Sector Turístico y de interés general publicadas en diarios nacionales, radio, televisión y portales de Internet y enviarla a los funcionarios de la Secretaría de Turismo.

Enviar diariamente resumen informativo de las notas más sobresalientes del Sector Turístico vía correo electrónico.

Dar seguimiento a temas especiales de acuerdo con el requerimiento de la autoridad.

Las demás funciones de su competencia que le asigne la superioridad.