

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Nombre del Puesto: Director(a) de Política de Comunicación Social.

Vacante(s): 1 (Una).

Código: 06-112-1-CFMC001-0000203-E-C-Q

Rama de Cargo: Comunicación Social

Nivel (Grupo/Grado): MC1 (del Tabulador de Percepciones Ordinarias).

Percepción Mensual Bruta: \$65,671.18 (Sesenta y cinco mil seiscientos setenta y un pesos 18/100 M.N.).

Unidad de Adscripción: Unidad de Comunicación Social y Vocero

Sede(s) o Radicación: México, Distrito Federal.

Perfil y Requisitos:

Escolaridad:

Nivel Académico: Licenciatura o Profesional.

Grado de Avance: Titulado.

Carreras:

Áreas Generales	Carreras Genéricas
Educación y Humanidades	Comunicación Gráfica
Educación y Humanidades	Computación e Informática
Ingeniería y Tecnología	Diseño
Ciencias Sociales y Administrativas	Mercadotecnia y Comercio
Ciencias Sociales y Administrativas	Comunicación
Ciencias Sociales y Administrativas	Administración
Educación y Humanidades	Mercadotecnia y Comercio
Ciencias Sociales y Administrativas	Relaciones Comerciales

Experiencia Laboral:

Años de Experiencia: 7 años mínimo.

Áreas de Experiencia:

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Grupo de Experiencia	Área General
Ciencias Tecnológicas	Tecnologías de Información y Comunicaciones
Ciencia Política	Opinión Pública
Educación y Humanidades	Comunicación Gráfica
Ciencias Tecnológicas	Tecnología de los Ordenadores
Ciencia Política	Administración Pública
Ciencias Económicas	Organización y Dirección de Empresas
Ciencias Económicas	Organización Industrial y Políticas Gubernamentales

- Conocimientos:** Lenguaje Ciudadano: Lenguaje Claro, Comunicación Social, Conocimientos de la S.H.C.P. Y de la APF, (Valor en el Sistema de Puntuación General 20%, mínimo aprobatorio 70).
- Habilidades:** Negociación y Liderazgo (Valor en el Sistema de Puntuación General 20%).
- Experiencia:** Valor en el Sistema de Puntuación General 20%.
- Mérito:** Valor en el Sistema de Puntuación General 10%.
- Entrevista:** Valor en el Sistema de Puntuación General 30%.
- Otros Requerimientos:** **Horario:** Mixto. **Paquetería Informática:** Nivel de Dominio Avanzado en Microsoft Office. **Idioma:** Nivel Intermedio de Inglés.
1. Coparticipar en la integración del Programa de Comunicación Social de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, aplicando las directrices en materia de comunicación social en la planeación conjunta de dicho programa, con las Unidades Administrativas competentes y que el desarrollo de las actividades cumplan con los lineamientos que al efecto establezca la Secretaría de Gobernación.
 2. Evaluar la utilización de los servicios y medios de comunicación involucrados en el desarrollo del Programa de Comunicación Social de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Servicio de Administración Tributaria, identificando en conjunto con las áreas involucradas las características que tendrán que cumplir los mismos de acuerdo a las directrices en materia de comunicación, con el fin de medir el impacto que tienen los servicios y medios de comunicación contratados en la población objetivo, fortalecer la imagen institucional y cumplir con los lineamientos de

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Funciones Principales:

austeridad y disciplina presupuestal.

3. Estudiar los mecanismos de supervisión y control que permitan verificar el cumplimiento de los proveedores de servicios y medios de comunicación a contratar en el desarrollo del Programa de Comunicación Social autorizado, definiendo con las áreas competentes las acciones a implementar para corroborar que los servicios proporcionados sean los contratados, con la finalidad de asegurar la aplicación de la normatividad presupuestal.

4. Supervisar la aplicación de los criterios para la distribución de tiempos oficiales y comerciales y la disponibilidad de los recursos de acuerdo a la normatividad presupuestal, vigilando la integración de los planes de medios para las campañas de difusión en televisión, radio, impresos, medios complementarios y medios online con el fin de presentarlo ha visto bueno del Superior Inmediato y posteriormente a la aprobación del Titular y con ello iniciar los trámites de registro correspondientes.

5. Coordinar la aplicación de la normatividad en materia de imagen emitida por el Gobierno Federal y los criterios de difusión de mensajes institucionales, conduciendo el diseño de los mensajes y las piezas de difusión de cada campaña de comunicación, con el fin de informar con oportunidad a la ciudadanía sobre las actividades sustantivas de la Secretaría y el Sector Coordinado.

6. Supervisar la aplicación de los criterios de verificación de los servicios y medios de comunicación contratados para la ejecución de las campañas de difusión, implementando mecanismos de supervisión durante el tiempo de desarrollo de la campaña de comunicación, con la finalidad de ratificar el cumplimiento de lo contratado y proceder a instruir el trámite de pago conforme a la normatividad, ante las áreas competentes.

7. Coordinar la aplicación de la normatividad en materia de imagen, difusión y presupuestal determinando en conjunto con las unidades administrativas y las coordinadas del sector de distribución de las acciones a ejecutar en tiempos fiscales y de estado, con el propósito de efectuar los trámites ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la SEGOB, cumplir con los lineamientos normativos respectivos y fomentar la transparencia en el uso de los recursos públicos.

8. Coparticipar en el desarrollo de los trámites de autorización de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB de los programas de

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

comunicación mercadotecnia y campañas de comunicación específicas de las entidades del sector verificando que se hayan aplicado los criterios de difusión para la emisión de mensajes que impliquen erogaciones en tiempos de radio y televisión así como la compra de espacios en medios complementarios e impresos certificados, con el fin de cumplir con los lineamientos de comunicación social y la normatividad presupuestal.

9. Seleccionar las tarifas para la contratación de medios de comunicación, coparticipando con las unidades administrativas, en la revisión de las tarifas ofrecidas por los diferentes medios de comunicación, con el propósito de obtener los mejores precios para el sector.

10. Dirigir la implementación de los mecanismos de control para el diseño y la estructura de contenidos a publicar en el portal de internet de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, verificando el cumplimiento de los estándares establecidos en el sistema de internet de la presidencia y los lineamientos tecnológicos de Secretaría, con el propósito de garantizar la calidad, nitidez y transmisión oportuna de los mensajes institucionales.

11. Resolver las solicitudes internas y externas de publicación de información en el portal de internet de la Secretaría, analizando en coordinación con la red de enlaces institucionales internos los contenidos a publicar dentro del portal de internet de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con el propósito de cumplir con lineamientos internos de publicación en el portal de internet establecidos por la Coordinación General de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

12. Definir los estándares internos de publicación de información WEB y programar la aplicación de las mejoras en imagen y nuevas herramientas de comunicación y difusión dentro del portal de internet de la SHCP participando con la Coordinación General de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, en la difusión de la información institucional, identificando áreas de oportunidad y en la construcción de un portal de internet a la vanguardia tecnológica y ciudadanizado para aprovechar la infraestructura tecnológica y garantizar la consulta de información por parte del público en general.

13. Diseñar interfaces y definir funcionalidades para la emisión de mensajes, implementando en conjunto con la Coordinación General de Tecnologías de la Información, los mecanismos de publicación electrónica e interactiva de difusión de

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

contenidos WEB, con el propósito de utilizar la tecnología acorde a la publicación del mensaje con la que se logre una mayor penetración e impacto en el público en general.

14. Diagnosticar los requerimientos tecnológicos de la Unidad de Comunicación Social y Vocero, identificando en conjunto con la Coordinación de Tecnologías de la Información y Comunicaciones las áreas de oportunidad a explotar, con el propósito de agilizar la capacidad de respuesta y perfeccionar los vínculos de comunicación con la ciudadanía.

15. Programar las actividades a desarrollar para actualizar el apartado de transparencia y acceso a la información competencia de la Unidad de Comunicación Social y Vocero, estableciendo canales de comunicación entre la Dirección General Adjunta de Transparencia y las unidades administrativas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que se encuentran obligadas a publicar información, con la finalidad de cumplir con lo dispuesto en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y su Reglamento.

TEMARIOS Y BIBLIOGRAFÍAS

DIRECTOR(A) DE POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema-1 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Código de conducta de la SHCP.**

Bibliografía

Código de conducta de la SHCP.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Protección a los derechos humanos.

Página web

http://www.hacienda.gob.mx/LASHCP/Documents/codigo_conducta_shcp.pdf

Tema-2 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Código de conducta de la SHCP.**

Bibliografía



SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Código de conducta de la SHCP.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Principios del código de ética de los servidores públicos de la administración pública federal.

Página web

http://www.hacienda.gob.mx/LASHCP/Documents/codigo_conducta_shcp.pdf

Tema-3 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Obligaciones de transparencia.**

Bibliografía

Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2003.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

"Capítulo II Obligaciones de transparencia."

Página web

<http://www.normateca.gob.mx/Archivos/REGLAMENTO%20DE%20LA%20LEY%20FEDERAL%20DE%20TRANSPARENCIA%20Y%20ACCESO%20A%20LA%20INFORMACION%20PUBLICA%20GUBERNAMENTAL.PDF>

Tema-4 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Competencias de las Unidades Administrativas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.**

Bibliografía

Reglamento Interior de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Diario Oficial de la Federación (24 de diciembre de 1996). Última reforma 10-10 2012.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

"Capítulo VI De las Unidades Administrativas Centrales."

Página web

<http://www.hacienda.gob.mx/LASHCP/MarcoJuridico/bibDocNI/REGLAMENTO%20INTERIOR%20SHCP%20COMPILADO.pdf>

Tema-5 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Criterios metodológicos para la evaluación de campañas de comunicación.**

Bibliografía

Criterios Metodológicos para la Evaluación de Campañas de Comunicación. Febrero 2010.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

VI. Metodologías de investigación B. Metodología cuantitativa.

Página web

http://normatividaddecomunicacion.gob.mx/work/models/NormatividadDeComunicacion/Resource/14/1/images/CRITERIOS_METODOLOGICOS_ACTUALIZADOS_2010_DEF.pdf

Tema-6 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Criterios metodológicos para la evaluación de campañas de comunicación.**

Bibliografía

Criterios Metodológicos para la Evaluación de Campañas de Comunicación. Febrero 2010.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

IV. Definición de la muestra del estudio.

Página web

http://normatividaddecomunicacion.gob.mx/work/models/NormatividadDeComunicacion/Resource/14/1/images/CRITERIOS_METODOLOGICOS_ACTUALIZADOS_2010_DEF.pdf

Tema-7 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Criterios metodológicos para la evaluación de campañas de comunicación.**

Bibliografía

Criterios Metodológicos para la Evaluación de Campañas de Comunicación. Febrero 2010.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

III. Objetivos generales de los protocolos de investigación.

Página web

http://normatividaddecomunicacion.gob.mx/work/models/NormatividadDeComunicacion/Resource/14/1/images/CRITERIOS_METODOLOGICOS_ACTUALIZADOS_2010_DEF.pdf

Tema-8 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.**

Bibliografía

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de julio de 2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo XII Medios digitales.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/106_D_3535_30-07-2013.pdf

Tema-9 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.**

Bibliografía

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de julio de 2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo VII Estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/106_D_3535_30-07-2013.pdf

Tema-10 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.**

Bibliografía

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de julio de 2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo V Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/106_D_3535_30-07-2013.pdf

Tema-11 **Comunicación Social.**



SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Subtema-1 **Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.**

Bibliografía

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de julio de 2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo III Mensaje Extraordinario.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/106_D_3535_30-07-2013.pdf

Tema-12 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.**

Bibliografía

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de julio de 2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo II Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/106_D_3535_30-07-2013.pdf

Tema-13 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.**

Bibliografía

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2013.



SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de julio de 2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo I Disposiciones Generales.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/106_D_3535_30-07-2013.pdf

Tema-14 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Procedimientos de contratación.**

Bibliografía

Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 4 de enero de 2000. Última reforma publicada DOF 16-01 2012.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Título Tercero De los Contratos. Capítulo Único.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/66_D_2993_10-02-2012.pdf

Tema-15 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Procedimientos de contratación.**

Bibliografía

Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 4 de enero de 2000. Última reforma publicada DOF 16-01 2012.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Título Segundo De los procedimientos de contratación. Capítulo Primero Generalidades.

Página web

http://www.normateca.gob.mx/Archivos/66_D_2993_10-02-2012.pdf

Tema-16 **Comunicación Social.**

Subtema-1 **Presupuesto de egresos de la federación para el ejercicio fiscal 2013.**

Bibliografía

Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2013. Nuevo Presupuesto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de diciembre de 2012. Fe de erratas DOF 03-01 2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

TÍTULO TERCERO DE LOS LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL EJERCICIO

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

FISCAL. Capítulo II De las disposiciones de austeridad, ajuste del gasto corriente, mejora y modernización de la gestión pública.

Página web

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/PEF_2013.pdf

Tema-17 **Conocimientos sobre la SHCP y APF**

Subtema-1 "GUÍAS DE REFERENCIA EN MATERIA DE: "CONOCIMIENTOS SOBRE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL" Y "CONOCIMIENTOS SOBRE LA ESTRUCTURA, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO". Versión 2013 "

Bibliografía

"LEYES, REGLAMENTOS Y DEMÁS DISPOSICIONES NORMATIVAS DE CARÁCTER GENERAL. LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL. REGLAMENTO INTERIOR DE LA SHCP "

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

El Epígrafe corresponderá a la ubicación concreta de la referencia jurídico y normativa de cada uno de los reactivos desarrollados para cada conocimientos específico

Página web

"http://www.hacienda.gob.mx/servicio_prof_carrera/doc_comunes/rh_guia_ingreso_2013_01.pdf
http://intranet.hacienda.gob.mx/html/pop_up_rh_servicio_carrera/docs/rh_guia_ingreso_2013_01.pdf"

Tema-18 **Leguaje ciudadano.**

Subtema-1 **Marketing.**

Bibliografía

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica. México: Pearson Educación.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo 2 Propuesta y Estrategia de Marketing: Asociaciones como forma de establecer relaciones con el cliente.

Tema-19 **Leguaje ciudadano.**

Subtema-1 **Marketing.**

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Bibliografía

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica. México: Pearson Educación.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo 1 Marketing: Administración de relaciones redituables con los clientes.

Tema-20 Leguaje ciudadano.

Subtema-1 Publicidad con equidad. El brief paso a paso.

Bibliografía

Publicidad con equidad. El brief paso a paso. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2011).

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

III. Publicidad con equidad. Mandatorios.

Página web

http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/PUBLICIDAD_EQUIDAD.pdf

Tema-21 Leguaje ciudadano.

Subtema-1 Publicidad con equidad. El brief paso a paso.

Bibliografía

Publicidad con equidad. El brief paso a paso. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2011).

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

VI. Componentes de un buen brief.

Página web

http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/PUBLICIDAD_EQUIDAD.pdf

Tema-22 Leguaje ciudadano.

Subtema-1 Guía para la acción pública: los sitios web accesibles.

Bibliografía

Guía para la acción pública. Sitios web accesibles: una herramienta para el acceso a la información y a la interacción en condiciones de igualdad. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. (2011).

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

5. ¿Porqué desarrollar sitios web accesibles y cuáles son sus beneficios? Págs. De la 39 a la 44.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Página web

http://www.conapred.org.mx/documentos_cedoc/GAP-Web-OK-Accss.pdf

Tema-23 Leguaje ciudadano.

Subtema-1 Guía para la acción pública: los sitios web accesibles.

Bibliografía

Guía para la acción pública. Sitios web accesibles: una herramienta para el acceso a la información y a la interacción en condiciones de igualdad. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. (2011).

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

4. ¿Qué es un sitio web accesible? Págs. de la 28 a la 37.

Página web

http://www.conapred.org.mx/documentos_cedoc/GAP-Web-OK-Accss.pdf

Tema-24 Leguaje ciudadano.

Subtema-1 Proceso: planear, escribir y revisar.

Bibliografía

Lenguaje ciudadano: Un manual para quien escribe en la Administración Pública Federal. Secretaría de la Función Pública. (2004).

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo II Proceso: planear, escribir y revisar.

Página web

http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/148/1/images/Manual_lenguaje_ciudadano.pdf