

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Nombre del Puesto: Subdirector(a) de Supervisión de Producciones.
Vacante(s): 1 (Una).
Código: 06-112-1-CFNA002-0000219-E-C-Q
Rama de Cargo: Comunicación Social.
Nivel (Grupo/Grado): NA2 (del Tabulador de Percepciones Ordinarias).
Percepción Mensual Bruta: \$28,664.16 (Veintiocho mil seiscientos sesenta y cuatro pesos 16/100 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
Ingeniería y Tecnología	Diseño Gráfico
Educación y Humanidades	Comunicación Gráfica
Educación y Humanidades	Artes
Ingeniería y Tecnología	Artes
Ingeniería y Tecnología	Diseño
Ciencias Sociales y Administrativas	Comunicación
Ciencias Sociales y Administrativas	Mercadotecnia y Comercio

Experiencia Laboral:
Años de Experiencia: 4 años mínimo.
Áreas de Experiencia:

Grupo de Experiencia	Área General
Ciencias Económicas	Administración
Ciencia Política	Administración Pública
Educación y Humanidades	Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

Educación y Humanidades
Ciencia Política

Comunicación Gráfica
Opinión Pública

Conocimientos:	Lenguaje Ciudadano, Comunicación Social, Conocimientos de la SHCP y de la APF. (Valor en el Sistema de Puntuación General 20%, mínimo aprobatorio 70).
Habilidades:	Liderazgo y Trabajo en Equipo (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.

1. Proporcionar alternativas de anuncios y mensajes por difundir en las campañas de comunicación, mediante la supervisión de bocetos, proyectos y originales electrónicos, con el propósito de lograr un mayor impacto del concepto creativo sobre el público objetivo al que se quiere llegar y mejorar el nivel de posicionamiento institucional.
2. Comprobar que las ediciones a publicarse y/o difundirse se realicen de acuerdo con las políticas y criterios establecidos, revisando y aprobando el arte de los gráficos que se elaboren, para cumplir con lo establecido en el Manual de Imagen Institucional vigente y llevar a cabo su publicación en diversos medios de comunicación
3. Supervisar el proceso de producción de diversos materiales de difusión para medios electrónicos, implementando mecanismos de revisión con los que se verifique el cumplimiento de los estándares de calidad e imagen institucional, con la finalidad de que apoyen el desarrollo de las campañas y estrategias de comunicación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
4. Coordinar la revisión y adecuación de los textos a difundir, considerando su presentación, redacción y estilo literario, con el fin de homogeneizar la línea editorial, políticas y reglas para la difusión de mensajes al interior y exterior de la Secretaría.
5. Asesorar a las diferentes áreas de la Secretaría y del sector coordinado en el

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

desarrollo de estrategias para medios impresos y electrónicos, y comunicación interna proponiendo el diseño, redacción y edición de mensajes, con el propósito de homologar la difusión de información y lograr un mayor impacto del mensaje en el público objetivo.

6. Supervisar la producción de materiales para difusión interna, emitido por las diferentes áreas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público relacionado con la identidad visual de la misma, aplicando lo establecido por el Manual de Identidad Institucional, con el propósito de comunicar a los servidores públicos sobre acontecimientos y demás aspectos relevantes a cargo de la Secretaría.

7. Proponer el diseño de los materiales a difundir, analizando el tema de la campaña, los criterios normativos en materia de imagen gubernamental, las características del medio de comunicación, la cobertura y todos aquellos aspectos relevantes que se deban considerar en la estructuración de los mensajes a transmitir, con el propósito de cumplir con lo establecido en el Manual de Imagen Institucional.

8. Coordinar la entrega de los materiales de difusión a transmitir y/o publicar como parte de la estrategia a implementar, programando la distribución de los mismos entre los medios de comunicación impresos y complementarios, con el propósito de cumplir con los tiempos establecidos para el inicio de las campañas de comunicación, la normatividad en la materia y lograr el impacto deseado en el público objetivo.

9. Determinar los mecanismos de control para la difusión de materiales, supervisando la generación de los informes mensuales sobre las órdenes de inserción publicadas y/o transmitidas en los medios de comunicación impresos y/o complementarios, con el propósito de verificar el cumplimiento de los servicios contratados y la aplicación de los lineamientos normativos emitidos por la Secretaría de Gobernación.

10. Verificar que la producción de material para difusión requerido por las diferentes áreas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, cumpla con lo establecido en el Manual de Imagen para Sitios de Internet del Gobierno Federal, participando en conjunto con las Unidades Administrativas en la integración de propuestas de producción del material a comunicar, con el

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

propósito de cumplir con los lineamientos normativos en materia de imagen y homologar la difusión de información a través de la Intranet de la Secretaría.

11. Vigilar que los materiales diseñados se apeguen a las estrategias de las campañas de comunicación interna y de manejo de imagen institucional validadas por las áreas de información y divulgación, analizando los objetivos y las actividades a desarrollar en las campañas de comunicación interna, con el propósito de lograr el impacto y la comprensión del mensaje por parte de los servidores públicos de la Secretaría.

12. Establecer los mecanismos de control para la recepción de la información a ser difundida en cualquiera de los materiales y/o productos de comunicación interna, verificando conjuntamente con el área de información y divulgación que cumplan con los requisitos del Manual de Imagen para Sitios de Internet, con el propósito de informar veraz y oportunamente a los servidores públicos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

TEMARIOS Y BIBLIOGRAFÍAS

SUBDIRECTOR(A) DE SUPERVISIÓN DE PRODUCCIONES

Tema-1	Comunicación Social.
Subtema-1	Medios para la equidad, la libertad y su desarrollo ordenado. Bibliografía "Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Publicada en el Diario Oficial el 20/05/2013." Títulos, Preceptos y/o Epígrafes "VI. OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN." Página web http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013
Tema-2	Comunicación Social.
Subtema-1	Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

entidades de la Administración Pública Federal.

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 2014. Publicado en el Diario Oficial el 30/12/2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo XI Medios Públicos.

Página web

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328423&fecha=30/12/2013

Tema-3

Comunicación Social.

Subtema-1

Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

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 2014. Publicado en el Diario Oficial el 30/12/2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo III Campañas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad.

Página web

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328423&fecha=30/12/2013

Tema-4

Comunicación Social.

Subtema-1

Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

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 2014. Publicado en el Diario Oficial el 30/12/2013.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Capítulo I Disposiciones generales.

Página web



SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

- http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328423&fecha=30/12/2013
- Tema-5 **Comunicación Social.**
- Subtema-1 **Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.**
- 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 2014. Publicado en el Diario Oficial el 30/12/2013.
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Considerando.
- Página web**
- http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328423&fecha=30/12/2013
- Tema-6 **Comunicación Social.**
- Subtema-1 **Artículo de observancia obligatoria**
- Bibliografía**
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917. Última reforma publicada DOF 10-02-2014.
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Título Séptimo Prevenciones Generales.
- Página web**
- <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>
- Tema-7 **Comunicación Social.**
- Subtema-1 **Diseño de estrategia de marketing.**
- Bibliografía**
- "Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica. México: Pearson Educación. "
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Parte 3. Diseño de una estrategia de marketing impulsada por el consumidor y mezcla de marketing. Capítulo 15 Publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas.
- Página web**

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

- http://cw.xprenhall.com/bookbind/pubbooks/kotler_la/
- Tema-8 **Comunicación Social.**
- Subtema-1 **Diseño de estrategia de marketing.**
- Bibliografía**
- "Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing. Versión para Latinoamérica. México: Pearson Educación."
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Parte 3. Diseño de una estrategia de marketing impulsada por el consumidor y mezcla de marketing.
Capítulo 14 Estrategia de comunicación de marketing integrada.
- Página web**
- http://cw.xprenhall.com/bookbind/pubbooks/kotler_la/
- Tema-9 **Lenguaje Ciudadano.**
- Subtema-1 **"Principio básico: enfoque al ciudadano"**
- Bibliografía**
- Lenguaje Ciudadano. Un manual para quien escribe en la Administración Pública Federal. Segunda Edición. México, 2004.
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Capítulo I, Lenguaje Ciudadano.
- Página web**
- http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/148/1/images/Manual_lenguaje_ciudadano.pdf
- Tema-10 **Lenguaje Ciudadano.**
- Subtema-1 **Por qué un lenguaje ciudadano**
- Bibliografía**
- Lenguaje Ciudadano. Un manual para quien escribe en la Administración Pública Federal. Segunda Edición. México, 2004.
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Capítulo I, Lenguaje Ciudadano.
- Página web**
- http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/148/1/images/Manual_lenguaje_ciudadano.pdf

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

- ciudadano.pdf
- Tema-11 **Lenguaje Ciudadano.**
- Subtema-1 **Conceptos generales**
- Bibliografía**
- Lenguaje Ciudadano. Un manual para quien escribe en la Administración Pública Federal. Segunda Edición. México, 2004.
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Capítulo I, Lenguaje Ciudadano.
- Página web**
- http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/148/1/images/Manual_lenguaje_ciudadano.pdf
- Tema-12 **Comunicación Social.**
- Subtema-1 **Del ámbito de competencia y de la organización de la Secretaría de Gobernación.**
- Bibliografía**
- Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación. Publicada en el DOF el 02/04/2013.
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Capítulo XI De las unidades administrativas adscritas al Subsecretario de Normatividad de Medios.
- Página web**
- http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5294185&fecha=02/04/2013
- Tema-13 **Comunicación Social.**
- Subtema-1 **Del ámbito de competencia y de la organización de la Secretaría de Gobernación.**
- Bibliografía**
- Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación. Publicada en el DOF el 02/04/2013.
- Títulos, Preceptos y/o Epígrafes**
- Capítulo II Del Secretario.
- Página web**
- http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5294185&fecha=02/04/2013
- Tema-14 **Comunicación Social.**
- Subtema-1 **Procedimiento de Contratación.**

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

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."

Página web

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/14.pdf>

Tema-15

Comunicación Social.

Subtema-1

Competencias de la Unidad de Comunicación Social y Vocero de la SHCP.

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-16

Comunicación Social.

Subtema-1

Lineamientos Generales para el Ejercicio Fiscal. Disposiciones de austeridad, ajuste del gasto corriente, mejora y modernización de la gestión pública.

Bibliografía

Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2014.

Títulos, Preceptos y/o Epígrafes

Título Tercero De los Lineamientos Generales para el Ejercicio 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_2014.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

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

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"