

ENFOQUE DEL PROCEDIMIENTO			
<b>Propósito</b>	Mediante una campaña de difusión institucional se dará a conocer los beneficios y ventajas de los programas educativos, así como actividades de desarrollo, logros académicos, premios y reconocimientos que logre la comunidad universitaria a través de la divulgación y difusión oportuna en los medios que mejor se adapte.		
<b>Alcance</b>	Generar un posicionamiento e incrementar el número de impactos en aspirantes de IEMS a formar parte de la universidad, atraer a los estudiantes potenciales y mejorar la percepción de la universidad como una institución de calidad y accesible. Contribuyendo de esta manera a los objetivos institucionales.		
ELEMENTOS DE ENTRADA Y SALIDA			
Elementos de entrada		Elementos de salida	
Solicitudes de cobertura de eventos. Información sobre actividades académicas y administrativas. Notificaciones de logros o reconocimientos institucionales. Material gráfico y audiovisual.		Publicaciones en redes sociales. Material promocional (flyers, souvenir, videos). Cobertura en medios de comunicación.	
Proveedor	Requerimiento	Cliente	Entregable
Áreas académicas y administrativas de la universidad. Equipo de Comunicación Interna.	Información precisa y detallada sobre los eventos, actividades o logros. Recursos gráficos y audiovisuales necesarios. Calendario de eventos. (Solicitud emitida por vía correo electrónico por lo menos 24 horas de anticipación).	Comunidad universitaria. Medios de comunicación. Público en general.	Cobertura mediática de eventos. Publicaciones en medios institucionales y externos. Material de promoción y difusión.
DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO			
Responsable	Descripción de actividad		Documento de control
Etapa 1 Solicitud del usuario			
Área académica y administrativa.  DIF01 "Jefatura de Prensa, Promoción y Difusión"	<p><b>1.1 Fuentes internas: Departamentos o áreas de la universidad.</b> El área académica administrativa de la universidad envían una solicitud formal al Departamento de Prensa, Promoción y Difusión detallando los requerimientos específicos para la cobertura o promoción de un evento, actividad o logro. La solicitud debe incluir toda la información relevante (fecha, lugar, objetivo, público, etc.).</p> <p><b>1.2 Fuentes externas: Instituciones o dependencias.</b> Envío de petición de material solicitado como réplicas de campañas publicitarias de instituciones o dependencias educativas estatales y/o federales, estas son réplicas que aparecerán en medios digitales e impresos, este tipo de solicitudes o acciones son atendidas de manera inmediata.</p> <p><b>1.3 Instituciones de Nivel Medio Superior:</b> Derivado de la disponibilidad de autos institucionales y de las invitaciones, se agendan visitas al interior, exterior y participación en MOVPS (Revisar el <b>INDIF01</b> "Instructivo para Vistas al Interior y Exterior y Muestras de Orientación Vocacional Profesiográficas").</p>		Solicitud de Cobertura y Promoción a través de Oficio, memorando o correo.

Etapa 2 Generación de Estrategia		
DIF01 “Jefatura de Prensa, Promoción y Difusión”	<p><b>2.1 Generación de Plan de Comunicación y Promoción (BRIEF UT SOE)</b>            En el BRIEF UT SOE se genera la comunicación que detalla los objetivos, estrategias, y directrices de la campaña de difusión institucional.</p> <p><b>2.2 Arte audiovisual y gráfica.</b>            Basándose en la solicitud recibida, el equipo genera una estrategia de comunicación y promoción, que incluye la redacción de comunicados de prensa, diseño de material promocional, y planificación de publicaciones en redes sociales. Se identifican los medios de comunicación y plataformas adecuadas para cada caso.</p> <p><b>2.3 Visitas IEMS (visitas internas y externas).</b> Aplica de acuerdo al instructivo <b>INDIF01</b> “Instructivo para vistas al interior y exterior y muestras de orientación vocacional profesiográficas”</p>	Plan de Comunicación y Promoción (BRIEF UT SOE)
Etapa 3 Proceso de Ejecución		
DIF01 “Jefatura de Prensa, Promoción y Difusión”	<p><b>3.1 Proceso de Ejecución.</b>            Se lleva a cabo la ejecución del plan de comunicación.</p> <p><b>3.2 Visitas al interior por parte de IEMS.</b>            Se confirma fecha de visita por parte de la universidad y de los IEMS. Se autoriza transporte necesario para el recorrido acordado.</p> <p><b>3.3 Servicios de comunicación social y publicidad.</b>            Se envía arte para revisión a través del <b>Sistema Integral de Comunicación Social</b>, en caso de haber alguna observación en el producto se deberá hacer los ajustes necesarios hasta cumplir con los estatutos que marca el manual de comunicación social de gobierno del estado de Guanajuato.</p> <p>Una vez teniendo la validación a través del sistema de comunicación se continúa con la Validación del ejercicio del gasto (proceso correspondiente a las partidas 3611 y 3612), para así tramitar el pago correspondiente a las inserciones publicitarias o bien el servicio adquirido, esta información es emitida a las áreas administrativas ajustándonos a los términos previstos en los criterios establecidos en materia en gastos de difusión.</p>	Oficio Memorándum Correo Acuse de validación otorgado por el SICS.
Etapa 4 Evaluación y Retroalimentación		
DIF01 “Jefatura de Prensa, Promoción y Difusión”	<p><b>4.1 Evaluación y Retroalimentación.</b>            Se realiza una evaluación de los resultados de las actividades de prensa, promoción y difusión. Se recogen métricas de impacto (alcance, interacciones en redes sociales, cobertura mediática). Se elabora un informe de retroalimentación y, de ser necesario, se proponen mejoras para futuros procedimientos.</p>	Reportes a los diferentes instrumentos de las metas institucionales (POA, SED, PIDE).

## GLOSARIO

**BRIEF.-** Documento que contiene todos los detalles y las instrucciones para crear una campaña publicitaria

**SICS.** - Sistema Integral de Comunicación Social.

**IEMS.** - Instituciones de Educación Medio Superior.

**POA.** - Programa operativo anual  
**SED.** - Sistema de Evaluación del Desempeño  
**PIDE.** - Programa Institucional de Desarrollo

## CONTROL AMBIENTAL

Aspectos e impactos ambientales asociados		Control operacional	
	Emisiones al aire		Control de verificación vehicular
*	Consumo de agua	*	Cuidado del uso racional del agua
*	Consumo de electricidad	*	Cuidado del apagado de equipos y luces
*	Generación de residuos de manejo especial	*	Separación y reciclaje
*	Generación de residuos sólidos urbanos	*	Reducción, re-uso y reciclaje
	Generación de residuos peligrosos		Separación y disposición
	Contaminación por derrames		Contención y disposición

## DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Internos	Externos
Oficio Memorándum Plan de Comunicación y Promoción (BRIEF UT SOE) Reportes del Programa operativo anual Reportes del Sistema de Evaluación del Desempeño Reportes del Programa Institucional de Desarrollo	Oficio Sistema Integral de Comunicación Social Manual de comunicación social de gobierno del estado de Guanajuato.

## POLITICAS

1. **Transparencia y Veracidad:** Toda la información difundida debe ser veraz, transparente y basada en datos y hechos verificables. Las comunicaciones deben reflejar de manera fiel los valores y objetivos de la universidad.
2. **Oportunidad y Relevancia:** Las actividades de prensa, promoción y difusión deben realizarse en tiempos adecuados para maximizar el impacto y la relevancia de la información, asegurando la cobertura oportuna de eventos y noticias.
3. **Confidencialidad y Privacidad:** Se debe respetar la confidencialidad de la información sensible y la privacidad de los individuos. Solo se difundirá información autorizada y aprobada por las instancias correspondientes.
4. **Inclusión y Diversidad:** Las comunicaciones deben promover y reflejar la diversidad y la inclusión, respetando todas las culturas, géneros, etnias y creencias. El lenguaje y las imágenes utilizadas deben ser inclusivos y respetuosos.
5. **Consistencia de Marca:** Todas las comunicaciones deben alinearse con la identidad visual y los lineamientos de marca de la universidad. Esto incluye el uso adecuado de logos, colores, tipografía y tono comunicacional.
6. **Cumplimiento Legal:** Las actividades de prensa, promoción y difusión deben cumplir con todas las normativas legales aplicables, incluidas las relativas a derechos de autor, propiedad intelectual, y protección de datos.

## RESPONSABILIDADES

1. **DIF01:**
  - Coordinar todas las actividades de prensa, promoción y difusión de la universidad.
  - Aprobar las estrategias de comunicación y los materiales promocionales antes de su publicación.
  - Actuar como punto de contacto principal entre la universidad y los medios de comunicación.
  - Evaluar la efectividad de las actividades de prensa y promoción y realizar ajustes según sea necesario.
  - Asegurar que toda la comunicación interna relacionada con prensa y promoción esté alineada con los objetivos institucionales.
2. **Equipo de Difusión:**
  - Desarrollar estrategias de comunicación y planes de promoción basados en las solicitudes recibidas.
  - Elaborar comunicados de prensa, guiones de video, y otros materiales de comunicación.
  - Coordinar la creación de contenido visual y audiovisual para promociones.
  - Identificar y seleccionar los canales de comunicación más efectivos para cada campaña.
  - Ejecutar los planes de comunicación y promoción aprobados.
  - Publicar contenido en las plataformas de redes sociales de la universidad.
  - Coordinar con medios de comunicación para la cobertura de eventos y noticias.
  - Realizar seguimiento y monitoreo de la cobertura mediática.

**3. Área Académica y Administrativa:**

- Proveer información precisa y actualizada al Departamento de Prensa, Promoción y Difusión.
- Colaborar en la recopilación de material gráfico y audiovisual cuando sea necesario.

### DESEMPEÑO DEL PROCESO

Indicador	Unidad de medición	Fórmula	Frecuencia de medición
Fichas de admisión expedidas a las y los aspirantes de Nivel Medio Superior a nuevo ingreso en la UTSOE.	Fichas expedidas	Total de fichas expedidas	Anual

### AUTORIZACIÓN

Realizó	Revisó	Aprobó
Jefatura de Departamento de Prensa, Promoción y Difusión	Dirección de Vinculación	Rectoría