

7.1.2.3.3 División de Medios Electrónicos Masivos

1. Proponer y diseñar conforme a la normatividad aplicable en la materia, así como al Presupuesto de Egresos para Comunicación Social asignado, el plan de medios digitales y complementarios (portales en internet y publicidad exterior), conforme a la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social, a fin de plantear el objetivo de comunicación que persigue el Instituto.
2. Integrar un padrón con los proveedores de servicios de difusión en medios digitales y complementarios (portales en internet y publicidad exterior) disponibles a nivel nacional que cumplen con los requisitos necesarios conforme a la normatividad en materia de comunicación social, a fin de proponerlos como posibles proveedores en las investigaciones de mercado que realice el Instituto.
3. Implementar acciones para identificar la oferta de medios digitales y complementarios (portales en internet y publicidad exterior) disponibles a nivel nacional y determinar los que se alinean a las necesidades de publicación y difusión de los mensajes institucionales.
4. Seleccionar los espacios idóneos para llegar al público objetivo y en su caso, evaluar y documentar descuentos preferenciales que los medios oferten para optimizar el uso del presupuesto asignado.
5. Elaborar los documentos técnicos necesarios para la contratación de servicios con empresas de medios digitales y complementarios (portales en internet y publicidad exterior) para la difusión y publicación de las campañas institucionales.
6. Participar como área técnica y administradora en los procedimientos de contratación de servicios afines con la naturaleza de sus funciones.
7. Verificar la publicación y difusión de los mensajes y campañas institucionales para validar la prestación de los servicios devengados para su posterior trámite de pago ante la Coordinación Administrativa de la Dirección de Operación y Evaluación y carga en los sistemas de administración de información.
8. Proponer las órdenes de servicios y ejecutar los cambios que se realicen a éstas para implementar la estrategia de difusión.
9. Administrar los contratos de servicios celebrados con empresas de medios digitales y complementarios (portales en internet y publicidad exterior) para la difusión de las campañas institucionales; mediante la elaboración y seguimiento a las órdenes de servicios emitidas para la difusión de las campañas institucionales.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE OPERACIÓN Y EVALUACIÓN

10. Documentar la evaluación del impacto comunicacional de las campañas institucionales para la rendición de los informes correspondientes que se realicen a través de la contratación de empresas especializadas con apego a la metodología que definan las autoridades federales competentes.
11. Documentar la elaboración, seguimiento y testigos de las órdenes de servicio, trasmisión e inserción emitidas para la difusión de las campañas institucionales.
12. Atender las solicitudes asignadas, en materia de transparencia y acceso a la Información pública, con información generada en el ámbito de su competencia, así como para su carga en los sistemas y portales de obligaciones de transparencia.
13. Desarrollar todas aquellas funciones inherentes al ámbito de su competencia y las demás que le sean asignadas por su superior jerárquico.