

	<b>PLAN DE MEDIOS</b>	<b>Código:</b> ME-GCE-P-011
	<b>GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>Versión:</b> 2
	<b>MACROPROCESO ESTRATÉGICO</b>	Página 1 de 3


<b>CONTROL DE CAMBIOS</b>	
<b>Versión</b>	<b>Descripción de la modificación</b>
1. 21/06/2019	Adopción del <b>procedimiento plan de medios</b> mediante Resolución 3725 del 21 de junio de 2019, por medio de la cual se modifica el Mapa de Procesos de la Alcaldía.
2. 03/11/2020	Adopción del <b>procedimiento plan de medios</b> mediante Resolución 942 del 03 de noviembre de 2020, por medio de la cual se modifica el Mapa de Procesos de la Alcaldía.

<b>Elaboró</b>	<b>Revisó</b>	<b>Aprobó</b>
<b>NOMBRE:</b> JOSÉ D. ESCORCIA BAQUERO <b>CARGO:</b> PROFESIONAL UNIVERSITARIO <b>FECHA:</b> 15/11/2021 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO	<b>NOMBRE:</b> MARÍA JOSÉ ANDRADE <b>CARGO:</b> JEFE DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS <b>FECHA:</b> 15/11/2021 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO	<b>NOMBRE:</b> KAROL FUENTES SANGREGORIO <b>CARGO:</b> JEFE DE OFICINA DE SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN <b>FECHA:</b> 29/11/2021 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO
	<b>NOMBRE:</b> ELKIN BOLAÑO ORTIZ <b>CARGO:</b> P.U. OFICINA SIG <b>FECHA:</b> 22/11/2021 <b>FIRMA:</b> ORIGINAL FIRMADO	

<b>RESPONSABLES LÍDERES</b>	Alcalde, Jefe de comunicaciones..
-----------------------------	-----------------------------------

<b>OBJETIVO</b>	Normar las actividades relativas a la planeación, creación, administración y seguimiento de las campañas publicitarias en la Alcaldía de Santa Marta D.T.C.H Establecer el plan de medios que permita que el público objetivo y la comunidad en general conozcan la gestión, las actividades diarias y las campañas estratégicas de la administración distrital.
-----------------	--

<b>ALCANCE</b>	Inicia con la formulación e investigación de los estudios previos del plan, pasa por la definición de sus principales elementos (acciones, mensajes, presupuesto, etc.) y finaliza con el seguimiento y control a lo ejecutado.
----------------	---

	<b>PLAN DE MEDIOS</b>	<b>Código:</b> ME-GCE-P-011
	<b>GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>Versión:</b> 2
	<b>MACROPROCESO ESTRATÉGICO</b>	Página 2 de 3

<b>BASE LEGAL</b>	Plan de Desarrollo 2016-2019 de Santa Marta.
	Manual de contratación.

#### DEFINICIONES


Matriz: Instrumento que esquematiza el plan de medios y permite hacer un seguimiento y control al mismo.

#### LINEAMIENTOS O POLÍTICAS DE OPERACIÓN:

Plan Maestro de Comunicaciones.

DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO				
No.	Descripción de la actividad	Área Responsable	Cargo responsable	Registros
1	Elaborar el documento de los estudios previos del plan de medios.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Documento de estudios previos
2	Definir el público objetivo al cual aplicarán las acciones del plan.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Informe de análisis de objetivo
3	Definir las campañas publicitarias y de comunicación que estarán asociadas al plan.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Documento definición de campañas
4	Definir las acciones de comunicación que estarán asociadas a las campañas publicitarias definidas en el plan.	Comunicaciones	Profesional Universitario	N.A
5	Definir el cronograma de ejecución de las acciones inscritas en las campañas publicitarias.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Cronograma plan de medios
6	Establecer el presupuesto de las acciones asociadas a las campañas publicitarias del plan.	Comunicaciones	Profesional Universitario	Presupuesto plan de medios
7	Realizar el control, seguimiento y evaluación del plan formulado y ejecutado.	Comunicaciones	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Matriz de control, seguimiento y evaluación



	<b>PLAN DE MEDIOS</b>	<b>Código:</b> ME-GCE-P-011
	<b>GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>Versión:</b> 2
	<b>MACROPROCESO ESTRATÉGICO</b>	Página 3 de 3

<b>DOCUMENTOS RELACIONADOS: Manual de contratación</b>	
<b>Nombre:</b>	<b>Código:</b>

COPIA NO CONTROLADA