REGLAMENTO INTERIOR DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA MUNICIPAL
TÍTULO SEGUNDO. - DE LA ORGANIZACIÓN Y
FUNCIONAMIENTO DEL GOBIERNO MUNICIPAL
CAPÍTULO IV. - DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA MUNICIPAL
SECCIÓN CUARTA. - DE LAS DIRECCIONES

Artículo 67. Son atribuciones de la Dirección de Comunicación Social las siguientes:

I. Planear, coordinar, ejecutar y supervisar la política de comunicación social e imagen institucional del Ayuntamiento, así como la difusión de las acciones, programas y actividades de la Administración Pública Municipal;
II. Elaborar y coordinar el Plan de Comunicación Social y su programa operativo anual, el cual debe alinearse con el Plan Municipal de Desarrollo.
III. Establecer lineamientos, criterios y directrices en materia de comunicación gubernamental e identidad institucional, y vigilar su cumplimiento;
IV. Autorizar, coordinar y supervisar la elaboración de materiales gráficos, audiovisuales, editoriales y digitales, conforme al Manual de Identidad Institucional y los objetivos de comunicación.
V. Coordinar la elaboración y difusión de boletines, comunicados y demás productos informativos de la Presidencia Municipal.
VI. Establecer y mantener relaciones institucionales con los medios de comunicación, así como coordinar la cobertura informativa de eventos oficiales y la atención a representantes de medios.
VII. Administrar las redes sociales institucionales y supervisar la difusión de contenidos en plataformas digitales del Ayuntamiento;
VIII. Establecer los criterios y procedimientos para la atención de solicitudes de diseño, producción y difusión de las dependencias;
IX. Coordinar el monitoreo de medios de comunicación y plataformas digitales, así como la elaboración de síntesis informativas y reportes de análisis y alertas estratégicas.
X. Informar a la Presidencia Municipal sobre el comportamiento de la opinión pública y proponer estrategias de comunicación para ese ámbito.
XI. Coordinar la comunicación institucional entre las dependencias de la Administración Pública Municipal;
XII. Coordinar campañas institucionales de comunicación social y estrategias de comunicación en situaciones ordinarias y de contingencia;
XIII. Diseñar e implementar estrategias de comunicación para la prevención, atención y control de crisis comunicacionales;
XIV. Evaluar el impacto de las acciones de comunicación social mediante indicadores, métricas y herramientas de análisis; y

XV. Las demás que le confieran las disposiciones legales aplicables.