

CURSO E-LEARNING

COMUNICACIÓN SOCIAL Y GASTO PÚBLICO: CUMPLIMIENTO LEGAL, TECNOLOGÍA Y ESTRATEGIA

1ª Edición

Título propio:



**tirant
formación**

Obtención de **diploma acreditativo**
por Tirant Formación.



**tirant
formación**

Sobre el curso:

El primero de enero de 2019 entró en vigor la Ley General de Comunicación Social, reglamentaria del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la cual dispone en su artículo 1 que es de observancia general en toda la República. Esta Ley tiene por objeto establecer las normas a que deben sujetarse los entes públicos a fin de garantizar que el gasto en comunicación social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, así como que respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los respectivos presupuestos de egresos.

El objetivo del curso es capacitar a las personas servidoras públicas responsables de las áreas de comunicación social en la correcta aplicación de la Ley General de Comunicación Social (LGCS), integrando herramientas tecnológicas que coadyuven al aseguramiento de la planeación, ejecución, seguimiento y evaluación efectiva del gasto público en comunicación social.

Las personas participantes podrán desarrollar habilidades para planificar y ejecutar campañas de comunicación en el sector público alineadas a la normatividad aplicable, potenciando el uso de los recursos públicos al generar estrategias de comunicación focalizadas a las necesidades de la ciudadanía.

- Interpretación normativa efectiva: enseña a aplicar correctamente la LGCS en todas las fases del ciclo de gasto público en comunicación.
- Uso de la tecnología para el control de gasto: capacita en el uso de plataformas digitales para registrar, validar y dar seguimiento.
- Comunicación con enfoque ciudadano: promueve la generación de estrategias centradas en las necesidades reales de la ciudadanía, fomentando la transparencia y la confianza pública.

Fecha de inicio:

7 / 10 / 2025

Fecha de finalización:

13 / 11 / 2025

Duración:

24 horas

(martes y jueves de las
17:30 a las 19:30 horas)



DIRECCIÓN:

Dr. Sergio Alberto Martín Esquivel

Presidente de la Asociación Mexicana de Integridad y Compliance -AMEXICOM; consejero de la Organización Internacional de Integridad de la Administración Pública. Miembro del Foro Iberoamericano de Derecho Administrativo y titular de la firma de consultoría CROIX.

INSCRIBIRME

¿Por qué **estudiar** este curso **con Tirant**?

La mejor **formación jurídica** especializada

Al concluir el curso las y los participantes serán capaces de:

- Interpretar y aplicar adecuadamente el marco normativo vigente en materia de comunicación social, particularmente la Ley General de Comunicación Social, identificando sus implicaciones legales en la planeación, ejecución y evaluación del gasto público.
- Diseñar y estructurar un Programa Anual de Comunicación Social alineado con los instrumentos de planeación institucional, asegurando la coherencia entre los objetivos gubernamentales, los mensajes institucionales y el uso racional de los recursos.
- Utilizar herramientas tecnológicas especializadas, para registrar, validar, ejecutar y dar seguimiento al gasto en campañas de comunicación social, garantizando trazabilidad, legalidad y eficiencia.
- Diseñar e interpretar dashboards con indicadores clave de desempeño (KPIs) para monitorear el gasto y el impacto de las campañas, facilitando la toma de decisiones basada en evidencia y mejorando los procesos de rendición de cuentas.
- Elaborar estrategias de comunicación pública focalizadas y evaluables, que cumplan con los objetivos institucionales, respondan a necesidades ciudadanas, fortalezcan la imagen institucional y cumplan con los principios de transparencia, eficiencia y legalidad.

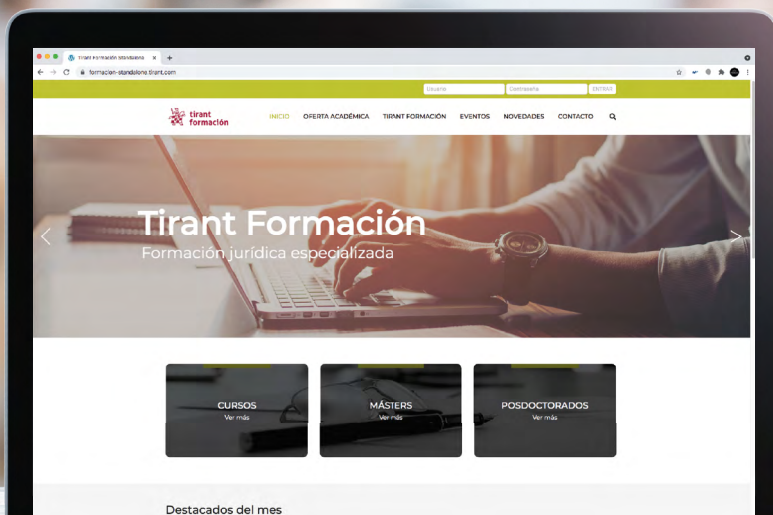
El contenido
más
actualizado

Conocimiento
práctico

Los mejores
docentes

Prestigio
jurídico

Herramientas
de IA
generativa



Infórmese
acerca de los
**métodos de
pago fácil**

Estudia con IA generativa

La implementación de IA en el Campus Virtual de Tirant Formación está diseñada **para transformar la manera en que los estudiantes interactúan con el contenido académico**. Las nuevas funcionalidades incluyen:

✓ Resumir:

La IA permite generar resúmenes automáticos de los textos, facilitando una comprensión rápida y eficiente del material.

✓ Esquematizar:

Los estudiantes pueden obtener esquemas claros y organizados de los documentos, lo que simplifica la estructuración de la información.

✓ Crear mapas conceptuales:

Con esta función, la IA ayuda a visualizar las conexiones entre los conceptos clave, mejorando la retención y comprensión de la materia.

✓ Historia mnemotécnica:

La IA genera historias mnemotécnicas personalizadas, ayudando a los estudiantes a recordar información de manera más efectiva.

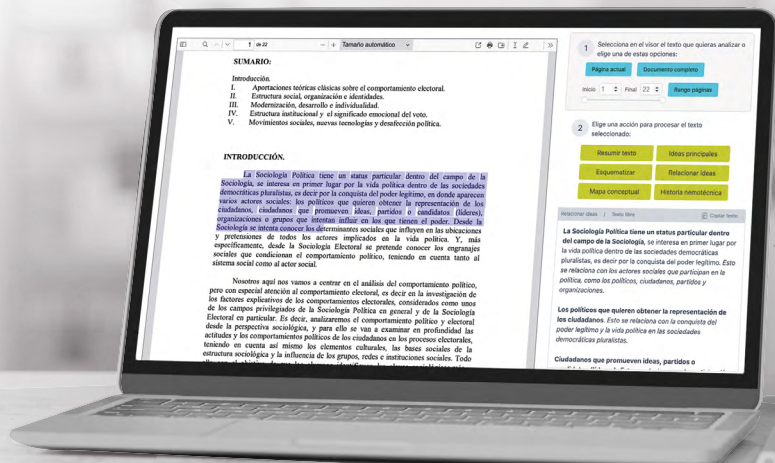
✓ Ideas principales:

Los usuarios pueden identificar rápidamente las ideas principales de cada documento, optimizando su tiempo de estudio.

✓ Relación de ideas:

Esta funcionalidad permite entender cómo se interrelacionan diferentes ideas dentro del texto, proporcionando una visión más profunda y cohesionada del contenido.

Tirant Formación
es la primera
plataforma de
formación que
incorpora
IA generativa
en su campus.



Objetivo

- Analizar el marco jurídico aplicable a la comunicación social en el ámbito público, con énfasis en LGCS y otras disposiciones normativas relacionadas, para garantizar el cumplimiento legal en la gestión del gasto.
- Identificar los principios, criterios y obligaciones en la planeación y ejecución del gasto en comunicación social, fortaleciendo la rendición de cuentas y la transparencia en el uso de los recursos públicos.
- Promover el diseño de campañas de comunicación pública basadas en evidencia y diagnósticos ciudadanos, que respondan a necesidades reales y fortalezcan el acceso a la información gubernamental.
- Desarrollar el Programa Anual de Comunicación Social (PACS), así como estrategias de comunicación focalizadas, medibles y alineadas a la normatividad vigente, que optimicen el impacto del gasto público y fortalezcan la percepción y confianza ciudadana en las instituciones.
- Aplicar herramientas tecnológicas para la planeación, seguimiento y evaluación del gasto en comunicación social, permitiendo una gestión eficiente, trazable y alineada a objetivos institucionales.

Dirigido a:

- Personas servidoras públicas responsables de las áreas de comunicación social en los tres órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal), así como personal de entes autónomos, organismos descentralizados y entidades públicas interesadas en cumplir con la LGCS.



Contenido:

■ MÓDULO 1:

FUNDAMENTOS DE LA LGCS.

Expositor: Andrea Rojas Piña

Fecha: 7 y 9 de octubre de 2025 (4 horas)

Objetivo: Comprender el marco jurídico, principios rectores y obligaciones establecidas por la Ley General de Comunicación Social, para asegurar el uso legal y eficiente del gasto público en comunicación.

1.1. Origen y evolución de la LGCS.

1.1.1 Marco histórico de la comunicación institucional en México.

1.1.2 Contexto político y social de la creación de la LGCS.

1.1.3 Articulación con otras leyes: Ley de Adquisiciones, Ley General de Transparencia, Ley de Disciplina Financiera, entre otras.

1.2. Principios rectores de la LGCS.

1.2.1 Eficiencia, economía, racionalidad, transparencia y rendición de cuentas.

1.2.2 Relevancia de los principios en el diseño y ejecución de campañas públicas.

1.3. Obligaciones normativas por nivel de gobierno.

1.3.1 Responsabilidades específicas para entes federales, estatales y municipales.

1.3.2 Regulación para entes autónomos y organismos descentralizados.

1.4. Tramos normativos del gasto en comunicación social.

1.4.1 Planeación y programación anual del gasto.

1.4.2 Presupuestación y justificación.

1.4.3 Ejercicio, ejecución y contratación.

1.4.4 Evaluación de resultados y rendición de cuentas.

1.5. Sanciones por incumplimiento.

1.5.1 Tipos de incumplimiento y consecuencias administrativas.

1.5.2 Implicaciones reputacionales e institucionales.



MÓDULO 2:

PLANEACIÓN Y PRESUPUESTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

Expositor: Ricardo Heber Sanabria Nájera

Fecha: 14, 16 y 21 de octubre de 2025 (6 horas)

Objetivo: Alinear el Programa Anual de Comunicación Social (PACS) con los instrumentos de planeación institucional y presupuestal, garantizando coherencia entre objetivos, estrategias y líneas de acción.

2.1. Diseño del PACS.

2.1.1 Estructura, elementos clave y requisitos normativos.

2.1.2 Calendario y lineamientos técnicos.

2.2. Vinculación del PACS con los Planes de Desarrollo.

2.2.1 Identificación de líneas estratégicas y objetivos prioritarios.

2.2.2 Integración con programas sectoriales e institucionales.

Contenido:

2.3. Registro y validación de estrategias por unidad responsable.

- 2.3.1 Construcción de líneas temáticas.
- 2.3.2 Definición de mensajes clave, públicos objetivos y medios de difusión.

2.4. Programación del gasto por clave presupuestaria.

- 2.4.1 Integración del PACS al sistema de presupuesto basado en resultados.
- 2.4.2 Priorización de recursos: criterios técnicos y estratégicos.
- 2.4.3 Ejemplos prácticos de distribución por programa o dependencia.

2.5. Buenas prácticas en la justificación de campañas.

- 2.5.1 Casos modelo de campañas alineadas a la LGCS.

■ MÓDULO 3: TECNOLOGÍA APLICADA A LA GESTIÓN DEL GASTO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Expositor: Melissa García Godínez

Fecha: 23, 28 y 30 de octubre de 2025
(6 horas)

Objetivo: Aplicar herramientas tecnológicas como para el cumplimiento normativo, seguimiento y análisis del gasto.

3.1. Panorama general de la transformación digital en comunicación institucional.

- 3.1.1 Automatización del ciclo de gasto.
- 3.1.2 Tendencias en gobierno digital y transparencia.

3.2. Plataforma tecnológica de gestión de la comunicación social.

- 3.2.1 Estructura general del sistema.
- 3.2.2 Beneficios operativos.

3.3. Exploración de módulos funcionales.

- 3.3.1 Estrategia Anual: Carga y validación del PACS.
- 3.3.2 Registro de campañas: Alineación, objetivos, públicos meta, tipos de medios y temas a difundir.
- 3.3.3 Distribución presupuestaria: Asignación del presupuesto por campaña y tipo de medio.
- 3.3.4 Contratos: Datos generales del contrato, órdenes de inserción o servicios, seguimiento y comprobación de la ejecución del gasto.
- 3.3.5 Expediente digital: Integración documental y revisión de puntos críticos en la documentación.
- 3.3.6 SMART: Módulo de análisis de datos en tiempo real a través de dashboards dinámicos de información.

3.4. Flujo operativo del sistema.

- 3.4.1 Paso a paso: planeación, registro, validación, ejecución y seguimiento.
- 3.4.2 Roles de usuarios y controles administrativos.

3.5. Cumplimiento de los artículos 40 al 42 de la LGCS.

- 3.5.1 Procedimientos normativos integrados en la herramienta.
- 3.5.2 Evidencias para auditorías y fiscalización.

Contenido:

■ MÓDULO 4: DASHBOARDS DINÁMICOS Y GESTIÓN DE DATOS.

Expositor: Melissa García Godínez y
Andrea Rojas Piña

Fecha: 4 y 6 de noviembre de 2025
(4 horas)

Objetivo: Generar reportes interactivos y análisis en tiempo real para mejorar la toma de decisiones estratégicas en comunicación social, a partir del uso de indicadores y visualización de datos.

4.1. Importancia de los datos para la gestión de la comunicación en el sector público.

- 4.1.1 Cultura de datos en el sector público.
- 4.1.2 Medición de impacto en campañas públicas.

4.2. Indicadores clave de desempeño (KPIs)

- 4.2.1 Evolución del gasto (comprometido vs ejercido).
- 4.2.2 Número de campañas por objetivo gubernamental.
- 4.2.3 Seguimiento de campañas por dependencia.
- 4.2.4 Alcance y cobertura de medios (proveedor y tipo de medio).

4.3. Dashboards estratégicos para la toma de decisiones.

- 4.3.1 Diferenciales entre presupuesto asignado, contratado, pautado y facturado.

- 4.3.2 Comparativo entre lo planeado (PACS) y lo ejecutado.

- 4.3.3 Monitoreo de campañas por dependencia, proveedor o tipo de mensaje.

- 4.3.4 Automatización de reportes para órganos fiscalizadores.

4.4. Ejemplos de uso con Power BI, Tableau o la plataforma tecnológica de gestión de la comunicación social.

- 4.4.1 Ejercicios prácticos en el uso de herramientas de análisis de datos.

■ MÓDULO 5: ESTRATEGIA Y MEJORA CONTINUA.

Expositor: Sergio Alberto Martín Esquivel
Fecha: 11 y 13 de noviembre de 2025 (4 horas)

Objetivo: Implementar una estrategia de comunicación social con enfoque de mejora continua orientada a resultados institucionales, legales y sociales.

5.1. Diseño de la estrategia anual con enfoque de resultados.

- 5.1.1 Cómo redactar una Estrategia Anual con enfoque de resultados.
- 5.1.2 Matriz de objetivos, medios, mensajes y públicos meta.
- 5.1.3 Indicadores de seguimiento y evaluación.



Contenido:

5.2. Revisión y ajuste del PACS durante el ejercicio fiscal.

5.2.1 Identificación de ajustes y causas.

5.2.2 Proceso técnico y legal para modificaciones.

5.3. Criterios para evaluar campañas.

5.3.1 Alcance, eficacia, percepción ciudadana y alineación institucional.

5.3.2 Metodologías de evaluación.

5.4. Transparencia y rendición de cuentas.

5.4.1 Elaboración de informes para rendición de cuentas.

5.4.2 Sistematización de buenas prácticas.

5.4.3 Archivo digital e histórico de campañas institucionales.

5.5. Rol de la comunicación social en la reputación institucional y el impacto social.

5.5.1 Construcción de la confianza pública.

5.5.2 Comunicación proactiva en contextos de crisis.

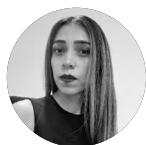
5.5.3 Casos de éxito en comunicación gubernamental.

Profesorado:



Dr. Sergio Alberto Martín Esquivel

Presidente de la Asociación Mexicana de Integridad y Compliance -AMEXICOM-; Consejero de la Organización Internacional de Integridad de la Administración Pública. Miembro del Foro Iberoamericano de Derecho Administrativo y titular de la firma de Consultoría CROIX.



Lic. Andrea Rojas Piña

Especialista en Responsabilidad de Servidores Públicos por la Universidad Nacional Autónoma de México. Líder de la Oficina de Gestión de Proyectos (PMO) en Croix Alianza Inteligente de Negocios.



Lic. Melissa García Godínez

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Valle de México y en Comunicación Audiovisual por la Universidad Europea de Madrid. Gerente de proyectos en Croix Alianza Inteligente de Negocios.



Mtro. Ricardo Heber Sanabria Nájera

Licenciado en Derecho y en Relaciones Internacionales, con estudios concluidos de Maestría en Administración Pública.

SISTEMA DE EVALUACIÓN Y METODOLOGÍA:

Clases teóricas + talleres prácticos.

- Ejercicios en el sistema de control de comunicación social (o simulador).
- Análisis de casos reales.
- Diseño de dashboards en clase.
- Evaluación con simulación de cumplimiento normativo.

CONDICIONES GENERALES:

A través nuestra plataforma digital, accesible desde cualquier dispositivo en todo momento, los estudiantes podrán acceder desde cualquier lugar y sin limitaciones a las clases online del programa impartidas por grandes profesionales del sector. Además, podrán realizar consultas ilimitadas a los tutores y contarán con todo tipo de contenido de apoyo multimedia teórico y práctico, así como acceso a documentación auxiliar que permita afianzar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

CONTACTAR



cursos@tirantformacion.com



+34 96 361 00 48. ext. 2 / +34 96 361 00 50 ext. 2



asesorformacionmex@tirant.com



+521 5514430931



asesorformacionch@tirant.com



+57 322 6827498



asesorformacioncol@tirant.com



+57 322 6827498



asesorformacionbr@tirant.com



+ 34 630126763



ventas@cr.tirant.com



+506 2280-1370 / 6040-7579



OTROS



asesorformacionlatam@tirant.com



+57 322 6827498



formacion.tirant.com