

PUBLICIDAD
(Informe IT-EOT-032-2004)

1. DEFINICIÓN

Es una forma de comunicación, estructurada, compuesta, planificada, no personalizada, persuasiva e informativa de un producto, servicio o idea, y se difunde a través de diversos medios de comunicación.

2. CARACTERÍSTICAS

Su objetivo es informar y persuadir al público meta y despertar en él interés sobre un producto, servicio o idea que una organización ofrece, creándole una impresión efectiva y duradera, mediante la creación de mensajes publicitarios veraces, concebidos con criticidad y ética.

Debe de hacer uso de los medios publicitarios. Su característica fundamental es servir a la comunicación con unos fines determinados: informativos, recreativos, formativos.

La publicidad se ampara en la audiencia que cada uno de ellos pueda tener para colocar, de una manera más o menos ingeniosa, o más o menos disimulada, su mensaje particular.

La finalidad de la publicidad es lograr un objetivo que se compagine con las metas de la empresa u organización, entre las cuales pueda estar la maximización de beneficios a largo plazo, la estabilidad, el crecimiento, la responsabilidad social, promover un producto, es decir, crear ventas actuales ó futuras, o dar a la empresa renombre y popularidad que le merezca el respeto del público.

3. RANGO DE APLICACIÓN

Por la naturaleza y características de la especialidad es aplicable en las clases:

- Profesional de Servicio Civil 1 y 2 (G. de E.) (a solicitud de Reclutamiento y Selección de Personal)
- Técnico de Servicio Civil 3 (G. de E.) (Resolución DG-234-2009)
- Profesional Jefe de Servicio Civil 1 (G. de E.) (Informe INF-GIRH-AO-019-2013 del 02 de mayo del 2013, Resolución N° 045-2013, 24 de mayo del 2013, Oficio de la Imprenta Nacional GIRH-584-2013 del 18 de junio del 2013)
- Formador para el Trabajo 1 (G. de E.) Grupos A, B, C, y D - INA (Oficio Gestión-OSC Sector Educación-002-2014 del 26-03-2013)
- Profesional de Servicio Civil 3 (G. de E.) (Oficio de la Imprenta Nacional GIRH-950-2014 del 20-11-2014)

Nota:

La resolución DG-279-2007 publicada en La Gaceta N° 240 del 13 de diciembre del 2007, con rige 1 de enero del 2008 en su artículo 38 establece: "**Artículo 38:** Se exceptúa la aplicación de los apartados de "ubicación y rango" incluidos en el Manual de Especialidades del Régimen de Servicio Civil, para la utilización de las nuevas clases del segmento profesional y gerencial, no siendo ello un elemento obligado para otorgar la respectiva especialidad a un puesto, quedando los actuales de información o

referencia. En todo caso al asignar la especialidad a los puestos, las Oficinas de Recursos Humanos deben justificar técnicamente el acto y únicamente informarlo al Área de Gestión de Recursos Humanos para la actualización y sistematización del instrumento.”

La resolución DG-234-2009 publicada en La Gaceta N° 158 aviso 013-SC del 14 de agosto del 2009, con rige 1 de julio del 2009 establece: “**Artículo 34:** Se exceptúan los apartados de “rango” incluido en el Manual de Especialidades del Régimen de Servicio Civil, para la utilización de las nuevas clases de los segmentos Operativo, Calificado y Técnico, no siendo ello un elemento obligado para otorgar la respectiva especialidad a un puesto, quedando los actuales de información o referencia. En todo caso al asignar la especialidad a los puestos, las Oficinas de Recursos Humanos deben justificar técnicamente el acto y únicamente informarlo al Área de Gestión de Recursos Humanos para la actualización y sistematización del instrumento.”

4. ATINENCIA ACADÉMICA

- Ciencias de la Comunicación Colectiva (énfasis Publicidad)
- Comunicación de Mercadeo (Licenciatura)
- Licenciatura en Publicidad con énfasis en Producción Publicitaria (Resolución DG-184-2005)
- Maestría Profesional en Comunicación con mención en Comunicación Organizacional (Resolución DG-356-2005)
- Maestría Profesional en Comunicación con mención en Publicidad (Resolución DG-356-2005)
- Publicidad (Bach. o Lic.)
- Bachillerato y Licenciatura en Publicidad énfasis en Creatividad y Producción (Resolución DG-286-2009 publicada en La Gaceta 192 aviso 016-SC del 02-10-2009)
- Bachillerato y Licenciatura en Publicidad énfasis en Estrategia Publicitaria (Resolución DG-286-2009 publicada en La Gaceta 192 aviso 016-SC del 02-10-2009)
- Diseño Publicitario (DG-368-2011 del 10-08-2011, publicada en La Gaceta 179 del 19-09-2011)
- Publicidad con énfasis en Producción Multimedial (DG-368-2011 del 10-08-2011, publicada en La Gaceta 179 del 19-09-2011)
- Maestría en Comunicación y Mercadeo (Dictamen Técnico 034-2013 del 09-10-2013)
- Ciencias de la Comunicación (Dictamen Técnico 037-2013 del 09-10-2013)
- Diseño Publicitario con énfasis en Gestión de Proyectos (Dictamen Técnico No. AGRH-DT-010-2018 del 30/04/2018)

Recuérdese que las Maestrías son aceptadas Siempre y cuando se encuentren dentro de los alcances del artículo 2º de la Resolución DG-120-05, que cita: “**ARTICULO 2º: Las maestrías o doctorados declarados atinentes en el correspondiente Manual, serán aceptados para aquellas clases que requieren el grado de Bachillerato o Licenciatura, siempre y cuando el candidato, en la eventualidad de un nombramiento o ascenso, este debidamente incorporado al colegio profesional respectivo.**”

5. UBICACIÓN

Se elimina este apartado mediante Resolución DG-289-2007 publicada en La Gaceta 243 aviso 026-SC del 18/12/2007 y se establece en su: “**Artículo 2º:** Las Oficinas

de Recursos Humanos serán las responsables de justificar, mediante estudio técnico, la utilización de una especialidad que no haya formado parte de su estructura ocupacional.”