

**PROCESO SELECTIVO CONVOCADO POR RESOLUCIÓN
UCA/REC95GER/2021, DE 30 DE JUNIO DE 2021, DE LA UNIVERSIDAD DE
CÁDIZ POR LA QUE SE CONVOCA UNA PLAZA DE PERSONAL LABORAL
FIJO DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS DE LA CATEGORIA DE
TITULADO SUPERIOR DE Prensa E INFORMACIÓN MEDIANTE TURNO
LIBRE, POR EL PROCEDIMIENTO DE CONSOLIDACIÓN DE EFECTIVOS**

Primer ejercicio

1.- Según el artículo 14 de la Ley Orgánica de Universidades corresponde al Consejo Social:

- a) Establecer las líneas estratégicas y programáticas de la Universidad
- b) La elección de los representantes de los distintos sectores de la comunidad universitaria
- c) La supervisión de las actividades de carácter económico de la universidad y del rendimiento de sus servicios y promover la colaboración de la sociedad en la financiación de la universidad
- d) La elaboración de sus Estatutos, la elección del Rector y las demás funciones que le atribuye esta Ley

2.- Según el artículo 2 de la Ley Orgánica de Universidades la actividad de la Universidad, así como su autonomía, se fundamentan en el principio de:

- a) Libertad académica, que se manifiesta en las libertades de cátedra, de investigación y de estudio
- b) Libertad de expresión, que se manifiesta en las libertades de información, investigación y de estudio
- c) Libertad de pensamiento, que se manifiesta en las libertades de información y de estudio
- d) Libertad de opinión, que se manifiesta en la libertad de información, investigación y de estudio

3.- ¿Cuáles son las cinco claves del nuevo modelo EFQM?

- a) Cultura; Liderazgo; Transformación y rendimiento; Flexibilidad y adaptación; Futuro
- b) Líderes; Estrategia; Personas; Procesos; Resultados claves
- c) Liderazgo; Política; Personas; Procesos; Resultados en clientes
- d) Excelencia; Liderazgo; Personas; Orientación al cliente; Procesos

4.- ¿Qué norma ISO se ocupa de la gestión ambiental?

- a) Norma UNE-EN ISO 14001:2015
- b) Norma ISO 9000:2015 MA
- c) Norma ISO 9000:2012
- d) Norma ISO KIOTO

5.- La evaluación del desempeño pone el foco en

- a) el rendimiento del trabajador y el logro de los objetivos
- b) el logro colectivo de los objetivos
- c) el rendimiento del grupo de trabajo
- d) la motivación del trabajador.

6.- ¿Cuál de las siguientes opciones supone un desarrollo del carácter mínimo de la Ley 19/2013?

- a) Reglamento de transparencia, derecho de acceso a la información y buen gobierno UCA
- b) Plan Estratégico de Transparencia y Buen Gobierno de la Diputación Provincial de Cádiz.
- c) European Guidelines 12/2020
- d) Plan Transparencia del Ayuntamiento de Cádiz

7.- Para el Código Peñalver, las conductas éticamente dudosas del personal docente e investigador:

- a) Son las que contravienen una norma académica
- b) Son las que contravienen los Estatutos de la UCA
- c) Son las que contravienen la legislación vigente
- d) Aquellas como la falta de respeto o el comportamiento indecoroso con los alumnos

8.- El Código Peñalver fue publicado en el BOUCA:

- a) Número 35 de 15 de diciembre de 2001
- b) Número 33 de 15 de diciembre de 2007
- c) Número 35 de 13 de diciembre de 2005
- d) No fue publicado en BOUCA, sólo en BOJA

9.- Según dispone el artículo 65 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, la decisión sobre la admisión o inadmisión a trámite de las reclamaciones ante la Agencia Española de Protección de Datos, así como la que determine, en su caso, la remisión de la reclamación a la autoridad de control principal que se estime competente deberá notificarse al reclamante en el plazo de:

- a) Tres meses
- b) Seis meses
- c) Un año
- d) Tres años

10.- Se considera discriminación directa por razón de sexo la situación en que se encuentra una persona que ...

- a) sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su sexo, de manera menos favorable que otra en situación comparable
- b) sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su raza, de manera más favorable que otra en situación comparable
- c) sea o haya sido tratada, en atención a su género, de manera más favorable que otra en situación inferior
- d) sea o haya sido tratada, en atención a su género, de manera más favorable que otra en situación simétrica

11.- En el caso de la Universidad de Cádiz el Acuerdo del Consejo de Gobierno de 26 de marzo de 2019, aprueba:

- a) El PEUCA III con un eje transversal de Igualdad
- b) III Plan de Igualdad entre Mujeres y Hombres
- c) I Plan de Igualdad entre Mujeres y Hombres
- d) II Plan de Igualdad entre Mujeres y Hombres

12.- Son misiones esenciales de la Universidad:

- a) La investigación para el ejercicio de profesiones que requieren la transmisión de la ciencia y la cultura
- b) La enseñanza y la comunicación para el desarrollo del conocimiento científico, técnico o artístico
- c) El trabajo científico y técnico para el ejercicio de profesiones
- d) Las enseñanzas para el ejercicio de profesiones que requieren conocimientos científicos, técnicos o artísticos, y la transmisión de la cultura

13.-Según el artículo 40 de la Ley Orgánica de Universidades la investigación es:

- a) Un deber del personal investigador de las Universidades y dentro de los límites establecidos por el ordenamiento de cada Comunidad Autónoma
- b) Un derecho del personal docente y dentro de los límites de los Estatutos de cada Universidad
- c) Un derecho y un deber del personal docente e investigador de las Universidades, de acuerdo con los fines generales de la Universidad, y dentro de los límites establecidos por el ordenamiento jurídico
- d) Un derecho y un deber del personal de los Órganos de Gobierno de cada Universidad

14.- Los órganos de gobierno y representación de la Universidad actuarán en ejercicio de sus respectivas competencias buscando:

- a) La igualdad entre las instituciones
- b) La transparencia institucional
- c) La calidad del sistema universitario
- d) La unidad de acción institucional

15.- Según el artículo 52 del Estatuto Básico del Empleado el Código de Conducta de los empleados públicos está configurado:

- a) Por principios morales
- b) Por los valores y principios de organización
- c) Por principios éticos y de conducta
- d) Por los derechos y deberes fundamentales

16.- Según el artículo 40 del IV convenio colectivo del personal laboral de la Universidades Públicas de Andalucía, éstas se comprometen a cumplir estrictamente todas las disposiciones vigentes en materia de prevención de riesgos laborales, de conformidad con lo previsto:

- a) En los Estatutos de cada Universidad
- b) En la Constitución
- c) En el Convenio Colectivo que les regule
- d) En la ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, en la normativa de desarrollo de esta, y demás legislación vigente en la materia

17.- En el estado de gastos del Presupuesto los capítulos 1,3 y 9 corresponden a:

- a) Gastos de Personal, Gastos corrientes en bienes y servicios y Activos financieros
- b) Gastos de Personal, Gastos corrientes en bienes y servicios y Pasivos financieros
- c) Gastos de Personal, Gastos Financieros y Pasivos Financieros
- d) Gastos financieros, Gastos corrientes e Inversiones Reales

18.- Las devoluciones de ingresos se realizarán mediante baja o anulación de los derechos liquidados o minoración de los ingresado, aplicando presupuestariamente la devolución al ejercicio:

- a) Al ejercicio siguiente
- b) Mediante compensación de los derechos liquidados
- c) Aplicando la devolución al ejercicio en que se reconozca
- d) Cuando lo autorice el Gerente

19.- La cláusula de conciencia:

- a) No es un derecho fundamental, pero queda recogida en los códigos deontológicos para profesionales de la comunicación
- b) Un profesional puede ampararse en la cláusula de conciencia para ejercer su profesión con libertad a pesar de no estar regulada por ley
- c) Es un derecho fundamental y la ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de las libertades públicas
- d) La cláusula de conciencia es un mecanismo que se aplica a los medios informativos para proteger su independencia, pero nunca a la persona individual

20.- El secreto profesional:

- a) Es un derecho del periodista, sin regulación normativa, que garantiza la confidencialidad de las fuentes de información
- b) Es un derecho del periodista, recogido en la Constitución Española, a la vez que un deber que garantiza la confidencialidad de las fuentes de información
- c) Es un privilegio del periodista para garantizar el derecho de sus fuentes informativas a permanecer en el anonimato, si así ha sido solicitado
- d) El periodista garantiza el derecho de sus fuentes informativas a permanecer en el anonimato y para ello debe solicitar amparo a los órganos judiciales

21.- ¿Qué es la Universidad Europea de los Mares?

- a) Una alianza de seis universidades europeas liderada por la UCA
- b) Un programa de la Dirección General 3 de la Comisión Europea
- c) Un programa del campus de excelencia ceimar
- d) Un programa H2020 de la Comisión Europea

22.- ¿Qué es la Cátedra de Emprendedores?

- a) Una cátedra externa financiada por Andalucía Emprende
- b) Un programa de la Facultad de Ciencias Económicas
- c) Una asociación de antiguos alumnos
- d) Una cátedra institucional de la UCA

23.- Si una institución parte de una estrategia de comunicación efectiva:

- a) La comunicación interna y externa no deben integrarse
- b) La comunicación interna y externa deben estar integradas
- c) La comunicación externa se priorizará sobre la interna
- d) La comunicación interna se priorizará sobre la externa

24.- ¿Cuál es un modelo inadecuado de gabinete de comunicación?

- a) El que tiene un responsable con formación y experiencia periodística
- b) El que cuenta con licenciados en comunicación
- c) El conformado sólo por especialistas en marketing
- d) El que se asesora con agencias de comunicación externas

25.- Los perfiles oficiales que se expresan en nombre de la Universidad de Cádiz en redes sociales serán administrados y gestionados

- a) Por cada una de las unidades administrativas
- b) Por el vicerrectorado correspondiente
- c) Por el Gabinete de Comunicación y Marketing
- d) Por la Facultad o centro de estudios que lo promueve

26.- La identidad corporativa de la Universidad de Cádiz está sujeta

- a) Al reglamento de la identidad visual corporativa y redes sociales
- b) Al manual de identidad de marca y de redes sociales
- c) A la supervisión del Gabinete de Comunicación y Marketing
- d) A la Dirección General de Relaciones Externas

27.- Los contenidos y gestión de la página web de la Universidad de Cádiz se concretan en:

- a) El Manual de Uso y Gestión de Redes Sociales
- b) El Reglamento del Servicio Web
- c) El Manual de Identidad Visual
- d) El Libro de Estilo Web

28.- El término *cultura corporativa* hace referencia a:

- a) El conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que forman una organización.
- b) Las pautas que marca la empresa en materia formativa para los trabajadores.
- c) El grado de satisfacción de los clientes.
- d) El nivel formativo de los empleados.

29.- ¿Cuál de las siguientes herramientas pertenece a la comunicación interna?

- a) Encuestas de satisfacción a medios de comunicación.
- b) Buzón de sugerencias.
- c) Manual de proveedor.
- d) Listas de distribución de revistas especializadas.

30.- Señale la herramienta que no se contempla en la comunicación externa:

- a) Conferencia de prensa
- b) Revista digital
- c) Intranet
- d) Campaña de publicidad

31.- La comunicación externa se ocupa de tres áreas diferenciadas:

- a) La relación con periodistas, el marketing y la publicidad
- b) Las relaciones informativas, la conexión de directivos y empleados, y la publicidad
- c) Las relaciones informativas, la publicidad y las relaciones con la sociedad
- d) La relación con medios de comunicación, la difusión de la información y el marketing

32.- Identifique el principio básico de la comunicación externa que es incorrecto:

- a) La comunicación externa no debe considerarse un apéndice de la organización
- b) La imagen hacia el exterior debe ser unitaria y estar unificada
- c) La comunicación externa tiene como finalidad presionar a medios de comunicación
- d) La deontología profesional debe presidir la comunicación externa

33.- Las crisis en comunicación:

- a) Son siempre inesperadas
- b) Solo se arreglan con una potente campaña publicitaria
- c) Pueden prevenirse y resolverse con la aplicación de protocolos de actuación previamente diseñados
- d) Se combaten con acciones “de distracción”

- 34.- Seleccione la medida más eficiente para la gestión de una crisis informativa:
- Constitución de un comité de crisis y nombrar portavoz al máximo responsable de la institución
 - Nunca adelantarse a los medios. Esperar a ver qué publican para saber cómo defenderse mejor
 - Hacer un rápido análisis interno del problema
 - Coordinar la emisión de mensajes idóneos, transparencia informativa, sin importar la evaluación de los resultados
- 35.- ¿Es aconsejable que una institución cuente con un manual de gestión de crisis?
- No, ya que cada crisis es única y hay que aplicar un protocolo distinto
 - Sí y lo primero que se debe designar es a la persona que ejercerá de portavoz en todas las crisis
 - No porque es una herramienta cara y hay que renovarla anualmente
 - Sí, porque contando con un manual nos podemos anticipar a cada hipótesis de riesgo, minimizando posibles daños en nuestra imagen
- 36.- Según sus estatutos, la Asociación de Gabinetes de Comunicación de Universidades y Centros de Investigación del Estado Español (AUGAC), no tiene entre sus fines:
- Velar por que el ejercicio profesional de sus asociados se realice en condiciones de independencia y objetividad
 - Defender el derecho a las libertades de información y de expresión que la Constitución española garantiza a todos los ciudadanos
 - Facilitar el diálogo, las relaciones y el acceso a las fuentes informativas y promover actividades de carácter comunicativo
 - Asesorar sobre programación general y plurianual de la comunicación universitaria
- 37.- A tenor de lo dispuesto en sus estatutos, la junta directiva de la Asociación de Gabinetes de Comunicación de Universidades y Centros de Investigación del Estado Español (AUGAC), está formada por:
- Un presidente, un secretario, un tesorero y hasta un máximo de cinco vocales
 - Un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y hasta un máximo de cuatro vocales
 - Un presidente, un secretario, un tesorero y hasta un máximo de seis vocales
 - Un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y hasta un máximo de cinco vocales
- 38.- Según los estatutos de AUGAC, esta asociación se creó por:
- Por 30 años
 - Por 40 años
 - Por un tiempo indefinido
 - Por 50 años
- 39.- La creación de aplicaciones de gestión o *apps* de la Universidad de Cádiz se gestiona:
- A través de un reglamento específico
 - Desde el Gabinete de Comunicación
 - Por los órganos de representación universitaria
 - Por el Vicerrectorado de Informática y Comunicaciones

40.- Los nuevos formatos del periodismo incluyen:

- a) Podcast, redes sociales y reportajes en papel
- b) Información multimedia, diseño web y empleo de drones
- c) Periodismo de datos, diseño web y reportajes audiovisuales
- d) Multimedia, periodismo de datos y podcast

41.- Entre las soluciones TIC para la gestión de la comunicación institucional universitaria destacan

- a) Los sistemas de gestión de contenidos y las redes para compartir comunicados de prensa
- b) Las agendas y calendarios sincronizados con Twiter y Facebook
- c) Las redes para compartir archivos audiovisuales y publicarlos en redes sociales
- d) Los sistemas de gestión de contenidos, agenda y calendario y redes para compartir archivos fotográficos

42.- En una campaña de publicidad, el 'briefing' es responsabilidad de:

- a) El diseñador gráfico
- b) El creativo publicitario
- c) El anunciante
- d) El ejecutivo de cuentas

43.- Señale dos de los modelos para medir la eficacia de una campaña de publicidad online:

- a) ROI y ROAS
- b) ESEM y CSA
- c) FLOI y CSM
- d) CTC y CTR

44.- El tipo de campaña publicitaria de prelanzamiento que ofrece sólo información fragmentaria y en un anticipo de la campaña principal se denomina:

- a) *Skyrapper*
- b) *Retargeting*
- c) *Intersitial*
- d) *Teaser*

45.- En el artículo 2º del Reglamento UCA/CG06/2018, de 25 de julio, regulador de la identidad visual corporativa y redes sociales de la Universidad de Cádiz se especifica:

- a) El Gabinete de Comunicación y Marketing es la unidad administrativa encargada de velar por el cumplimiento de las normas que afectan al uso de la imagen corporativa y al concepto de marca de la Universidad de Cádiz
- b) El Vicerrectorado de Planificación, Calidad y Evaluación de la Universidad de Cádiz se encarga de velar por el cumplimiento de la normativa de la imagen corporativa
- c) La Delegación del Rector de Responsabilidad Social y Corporativa es el órgano competente en velar por el cumplimiento de la normativa de la imagen corporativa
- d) La Inspección General de Servicios es la unidad encargada de velar por el cumplimiento de la normativa de la imagen corporativa

46.- En el Reglamento UCA/CG06/2018, de 25 de julio, regulador de la identidad visual corporativa y redes sociales de la Universidad de Cádiz se recoge:

- a) Los elementos de la identidad visual de la UCA no podrán ser utilizados por personas o instituciones ajenas a la universidad sin el consentimiento expreso del Gabinete de Comunicación y Marketing
- b) Los conjuntos de identidad visual de la Universidad de Cádiz no podrán ser utilizados por personas o instituciones ajenas a la universidad sin el consentimiento expreso de la Comisión de identidad corporativa a la que deberá elevarse cualquier petición de uso a través del Gabinete de Comunicación y Marketing
- c) Los conjuntos de identidad visual de la Universidad de Cádiz no podrán ser utilizados por personas o instituciones ajenas a la universidad sin el consentimiento expreso de la Comisión de identidad corporativa a la que deberá elevarse cualquier petición de uso a través de la Inspección General de Servicios
- d) Los elementos de identidad visual de la Universidad de Cádiz podrán ser utilizados por personas o instituciones ajenas a la universidad siempre que se solicite permiso a través del Registro al Gabinete de Comunicación y Marketing

47.- ¿Cuáles son los conjuntos de identidad visual de la UCA?

- a) Escudo, sello, bandera, medalla, marca UCA y marca digital UCA.es
- b) Escudo, sello, bandera, marca UCA y marca digital UCA.es
- c) Escudo, sello, bandera, medalla y marca UCA
- d) Escudo, sello, medalla, marca UCA y marca digital UCA.es

48.- Según el Manual de Identidad Visual de la Universidad de Cádiz:

- a) El diseño de las siglas UCA, se basa en tres tipografías y colores diferentes para la U (Bodoni Bold), C (Calibri) y A (Helvética Neue Roman)
- b) El diseño de las siglas UCA, se basa en dos tipografías y colores diferentes para la U (Bodoni Bold) y CA (Calibri)
- c) El diseño de las siglas UCA, se basa en dos tipografías y colores diferentes para la U (Bodoni Bold) y CA (Helvética Neue Roman)
- d) El diseño de las siglas UCA, se basa en dos tipografías diferentes para la U (Bodoni Bold) y CA (Helvética Neue Roman) y tres colores

49.- Cuáles son los colores corporativos asociados a la marca UCA?

- a) Los colores corporativos asociados a la marca UCA son el Pantone 152, equivalente a un color calabaza, el Pantone Cool Gray 9 (ambos para construir las siglas UCA del logotipo) y el Pantone 308, azul
- b) Los colores corporativos asociados a la marca UCA son el Pantone Cool Gray 9, el Pantone 308, azul (ambos para construir las siglas UCA del logotipo) y el Pantone 152, equivalente a un color calabaza
- c) Los colores corporativos asociados a la marca UCA son el Pantone 152, equivalente a un color calabaza, el Pantone 308, azul (ambos para construir las siglas UCA del logotipo) y el Pantone Rojo 485
- d) Los colores corporativos asociados a la marca UCA son el Pantone 152, equivalente a un color calabaza, el Pantone 308, azul (ambos para construir las siglas UCA del logotipo) y el Pantone Cool Gray 9

50.- El Manual de Identidad Visual de la Universidad de Cádiz estipula que son subemisores de nivel 1:

- a) Rectorado, Vicerrectorados, Direcciones Generales, Secretaría General, Gerencia, Centros, Departamentos, Consejo Social y aquellas estructuras que la Universidad pueda crear para el cumplimiento de sus fines
- b) Vicerrectorados, Direcciones Generales, Secretaría General, Gerencia, Centros, Departamentos, Consejo Social y aquellas estructuras que la Universidad pueda crear para el cumplimiento de sus fines
- c) Rectorado, Vicerrectorados, Direcciones Generales, Secretaría General, Gerencia, Centros, Departamentos, y aquellas estructuras que la Universidad pueda crear para el cumplimiento de sus fines
- d) Rectorado, Vicerrectorados, Direcciones Generales, Secretaría General, Gerencia, Centros, Departamentos y Consejo Social

51.- El Manual de Identidad Visual de la UCA está alojado en la web dentro de

- a) el Gabinete de Auditoría y Control Interno
- b) Orientación Universitaria
- c) el Gabinete de Comunicación y Marketing
- d) el Servicio de Gestión de la Calidad

52.- El catálogo de servicios de Comunicación de la UCA lo conforman

- a) prensa y relaciones informativas, diseño y maquetación, e identidad corporativa
- b) relaciones con medios de comunicación, impresión de folletos y diseño de páginas web
- c) noticias y eventos del portal UCA, merchandising y redes sociales
- d) relaciones informativas, publicaciones y protocolo

53.- Los perfiles institucionales en redes sociales de la UCA gestionados por su Gabinete de Comunicación son

- a) Facebook, Twitter y Telegram
- b) Facebook, Twitter y TikTok
- c) Facebook, Youtube y WhatsApp
- d) Facebook, Twitter e Instagram

54.- El Reglamento del servicio web de la UCA incumbe a

- a) a periodistas e informáticos responsables de contenidos de los espacios web
- b) a administradores, gestores, editores y responsables de contenidos de los espacios web
- c) a los gabinetes del rector y de comunicación y las agencias de publicidad colaboradoras
- d) al gabinete de comunicación y a las agencias de comunicación y de publicidad colaboradoras

55.- Según el Reglamento del servicio web de la UCA, la petición de espacios web deberá solicitarse al área técnica competente en servicios web vía

- a) BOUCA
- b) telefónica al gabinete de comunicación
- c) correo electrónico al gabinete de comunicación
- d) CAU

56.- Según establece el Reglamento del servicio web de la UCA, la Comisión web se reunirá

- a) al menos una vez cada seis meses
- b) al menos una vez al mes
- c) al menos una vez al año
- d) al menos una vez cada trimestre

57.- ¿Cuál de las siguientes actividades de la Universidad de Cádiz se consideran actos solemnes?

- a) Las aperturas de los cursos académicos
- b) Las tomas de posesión de los funcionarios
- c) Las ruedas de prensa
- d) Las actividades del Consejo Social de la UCA

58.- Los actos institucionales de la Universidad de Cádiz

- a) deberán contar con una representación de género equilibrada
- b) se desarrollan a través de convenios de colaboración
- c) buscan compaginar la comunicación interna y la externa
- d) se orientan a la captación de recursos

59.- Los archivos fotográficos de la Universidad de Cádiz

- a) están protegidos por derechos de autor
- b) cuentan con repositorios online para su libre descarga
- c) contienen marcas de agua para certificar su procedencia
- d) deben reunir los criterios del Manual de identidad visual

60.- ¿Cuántos perfiles institucionales tiene la UCA en redes sociales?

- a) 4
- b) 5
- c) 6
- d) 7

61.- El nombre de usuario de la Universidad de Cádiz en Instagram es:

- a) univcadiz
- b) uca
- c) uca.es
- d) uCadiz

62.- ¿Qué organismo de la UCA es competente en autorizar el alta de un perfil en redes sociales de un centro, unidad, departamento, título etcétera?

- a) El Gabinete de Comunicación y Marketing
- b) La Comisión de Identidad Corporativa
- c) Vicerrectorado de Digitalización
- d) La Dirección General de Relaciones Institucionales

63.- El resumen de prensa, en el contexto de una universidad pública española, ¿se debe realizar?:

- a) Una vez a la semana
- b) Diariamente
- c) Mensualmente
- d) Cada 15 días

- 64.- No es función del área de prensa de una institución:
- Envío de notas de prensa
 - Elaboración de las actas de los claustros universitarios
 - Envío de fotos de ruedas de prensa celebradas en la institución
 - Recopilación de impactos en medios de comunicación
- 65.- ¿Qué es una *newsletter*?
- Una publicación digital que se distribuye a través del correo electrónico a una lista de suscriptores, con cierta periodicidad
 - Un reportaje de investigación
 - Un informe anual
 - Una base de datos con fines publicitarios, destinado a los públicos externos
- 66.- La divulgación y comunicación científica en la Universidad de Cádiz se gestiona desde:
- El Gabinete de Comunicación y Marketing
 - La Unidad de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i)
 - Las facultades o centros de estudios que promueven la investigación
 - La Dirección General de Relaciones Institucionales
- 67.- La transferencia y divulgación en la Universidad de Cádiz
- Se difunde con un Plan propio de Investigación y transferencia
 - Se gestiona desde la Unidad de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i)
 - Se organiza desde el Gabinete de Comunicación y Marketing
 - Se gestiona en exclusiva a través de los medios de comunicación
- 68.- El Plan de Divulgación de la Ciencia y el Conocimiento orienta las prioridades:
- Del Gabinete de Comunicación y Marketing
 - De los medios de comunicación
 - De la Unidad de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i)
 - De la Universidad de Cádiz
- 69.- ¿Qué servicios presta el Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA a las distintas unidades en relaciones informativas y mediante qué procedimientos?
- Los previstos en la agenda institucional de la UCA como órgano especializado, mediante petición por escrito dirigido al dircom
 - Los de convocatoria, cobertura y difusión informativa, solicitándolos a través del CAU, y el seguimiento periódico a la agenda institucional
 - Los establecidos en la carta de servicios, solicitándolos por correo electrónico y en reuniones de coordinación periódicas, como dispone el Plan Estratégico
 - Los de previsión y difusión informativa en medios propios y ajenos, según la prioridad y la fecha de registro de las solicitudes de las distintas unidades

70.- Las relaciones informativas entre el Gabinete de Comunicación y Marketing y los distintos servicios de la UC se establecen

- a) en los indicadores de las cartas de servicios previstos en la planificación anual del Gabinete y de los respectivos servicios y unidades de la institución
- b) con carácter periódico y tras realizar rondas de contacto por correo electrónico y/o teléfono con los jefes de servicio, donde informan de sus actividades
- c) mediante peticiones de cobertura y difusión informativas recibidas por CAU u otro canal desde los distintos servicios, incorporándolas a las previsiones y estableciendo su relevancia
- d) por un lado, con previsiones de cobertura de actividad y, por otro, de difusión de las actividades previstas, según los casos

71.- ¿Cómo debe entenderse la labor del Gabinete de Comunicación y Marketing en relación con los órganos de gobierno, las unidades administrativas y los centros de la UCA?

- a) Siguiendo un principio de bilateralidad, a través del flujo de información, que será difundida desde los canales institucionales.
- b) Como un servicio que se presta al conjunto de la comunidad universitaria desde el Gabinete de Comunicación, para la previsión, cobertura y difusión de la agenda institucional de actividades
- c) En clave de prioridad informativa, siguiendo directrices de jerarquización, priorización y usos de la pirámide invertida
- d) En clave de seguimiento informativo de las actividades que se generan desde las mencionadas instancias

72.- Desde el Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA se atiende a los órganos de gobierno de la Universidad

- a) de forma puntual según las necesidades de gestión informativa que surgen de sesiones y reuniones con las instancias de gobierno
- b) según las solicitudes presentadas a través del CAU
- c) priorizando en su agenda de previsiones informativas las provenientes de dichos órganos, se hayan canalizado o no a través del CAU
- d) mediante consultas al CAU específico de que disponen dichos órganos de gobierno para formular sus solicitudes de gestión informativa

73.- La cobertura y difusión de la actividad de los distintos órganos de gobierno y unidades de gestión se planifican y gestionan

- a) realizando cada viernes un avance por días de las previsiones informativas de la semana siguiente, en función de las solicitudes o anotaciones manteniendo una reunión *Meet*, o a través de otra plataforma, con responsables de servicios y secretarías de vicerrectorados para configurar la agenda de la semana siguiente
- b) solicitando acceso a todas las agendas institucionales, para después realizar un plan quinquenal
- c) planteando una agenda de previsiones informativas que se somete a análisis de los directores de medios para su confirmación y deliberación
- d) atendiendo a las solicitudes del CAU específico creado para este asunto.

74.- Para el Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA son tareas habituales de gestión informativa de la actualidad de órganos de gobierno y centros

- a) las relacionadas con dar cobertura y difusión de la agenda de actualidad a través de los medios de la UCA y/o cualquier otro medio, redactando noticias y reportajes
- b) las coberturas de convocatorias a medios de comunicación y la difusión posterior de la información en formato noticia, actuando como fuente informativa institucional
- c) las de programación, cobertura y difusión de la agenda informativa de la UCA, con carácter periódico y atendiendo a los objetivos institucionales, con criterios de ponderación
- d) las relacionadas con elaborar una agenda semanal de previsiones informativas y difundir la actualidad universitaria a través de medios propios y medios de comunicación social

75.- La solicitud interna en la Universidad de Cádiz para la cobertura de medios de comunicación se realiza a través:

- a) Del Gabinete de Comunicación y Marketing
- b) De la facultad o centro de estudios que la requiere
- c) Del Gabinete del Rector
- d) De la unidad administrativa que necesita la difusión

76.- La Universidad de Cádiz orienta su relación con los medios de comunicación de la provincia hacia:

- a) La mejora de su proyección internacional
- b) El fomento de la rendición de cuentas
- c) La atención de las demandas de los públicos internos
- d) El logro de mayor visibilidad y presencia en el entorno

77.- La información sobre las herramientas y actuaciones de comunicación, campañas informativas y difusión de la oferta académica de la Universidad de Cádiz se recoge en:

- a) La Memoria de Responsabilidad Social y Sostenibilidad
- b) En el Plan Estratégico de la Universidad de Cádiz
- c) El Reglamento sobre identidad visual corporativa y redes sociales
- d) La Memoria del curso académico correspondiente

78.- La herramienta *bitly* es muy útil para un *community manager*, ¿cuál es su finalidad?

- a) Compartir URL
- b) Ahorrar caracteres al compartir enlaces
- c) Enviar documentos más rápidamente
- d) Citar la fuente de un documento web

79.- ¿Qué hace el *community manager* para conseguir una buena gestión de redes sociales?

- a) Conocer bien a la audiencia. Marcar un objetivo. Elaborar contenidos relevantes. Publicar con regularidad. Programar publicaciones. Medir los resultados.
- b) Responder con tono neutro siempre a todos los comentarios. Marcar un objetivo. Elaborar contenidos relevantes. Publicar con regularidad. Programar publicaciones. Medir los resultados.
- c) Conocer bien a la audiencia. Marcar un objetivo. Elaborar contenidos relevantes. Programar publicaciones. Medir los resultados.
- d) Conocer bien a la audiencia. Responder siempre todos los comentarios. Marcar un objetivo. Elaborar contenidos relevantes. Publicar con regularidad. Programar publicaciones. Medir los resultados.

80.- ¿Cuáles son herramientas gratuitas de gestión de redes sociales?

- a) Hootsuite. TweetDeck. SEMRush. RecurPost. Later.
- b) Hootsuite. TweetDeck. SEMRush. Bitly. Later.
- c) Hootsuite. TweetDeck. SEMRush. RecurPost. The Conversation.
- d) Hootsuite. SEMRush. Bitly. Later. Brandwatch Consumer Research.

81.- ¿Qué significa mandar una información embargada a los medios de comunicación?

- a) Que sólo se facilita la información a un medio
- b) Que no se puede publicar de forma inmediata, sino a la hora fijada por la persona que envía la información
- c) Que no se puede publicar y sólo sirve de complemento a una información
- d) Que sólo se puede publicar una parte de la información que se manda

82.- ¿Cuál es la herramienta más cercana y eficaz para transmitir a los medios una información generada por una institución?

- a) La nota de agenda
- b) La publicidad
- c) La rueda de prensa
- d) El informe

83.- A los nuevos consumidores digitales se les denomina:

- a) Nativos digitales
- b) Prosumidores
- c) Migrantes digitales
- d) Ciudadanos

84.- El mercado digital de la información

- a) opera al margen de la estructura informativa
- b) reúne a las asociaciones profesionales y de medios
- c) cuenta con nuevos intermediarios en el sector informativo
- d) Responde a las necesidades de los públicos internos

85.- La 'tasa Google' o tasa digital es un impuesto que:

- a) Grava las actividades de la Asociación de Editores de Diarios Españoles
- b) Financia los contenidos de las multinacionales tecnológicas
- c) Deben pagar las multinacionales digitales
- d) Se aplica a todas las empresas que usan internet

- 86.- Entre los públicos internos de la Universidad de Cádiz se encuentran
- El estudiantado futuro y extranjero
 - Los órganos de representación universitaria
 - Las familias de los futuros estudiantes
 - Los colegios y colectivos profesionales
- 87.- Entre los públicos externos de la Universidad de Cádiz se encuentran
- El personal Docente e Investigador
 - Los órganos de representación universitaria
 - Las administraciones e instituciones
 - El estudiantado
- 88.- El Gabinete de Comunicación y Marketing de la Universidad de Cádiz orienta
- La relación con los colegios profesionales
 - La comunicación con todos sus públicos
 - La estructura informativa
 - La proyección internacional
- 89.- La narración de sucesos de actualidad procurando apearse a la cronología en la que haya acontecido el acto es:
- Una entrevista
 - Una noticia
 - Una crónica
 - Un reportaje
- 90.- El envío de notas de prensa a los medios debe abarcar:
- Sólo el ámbito local
 - Debe adaptarse a la temática de cada información
 - Sólo el ámbito regional
 - Sólo el ámbito nacional

PREGUNTAS DE RESERVA

- 91.- El comunicado de prensa en una institución sirve para:
- Enviar a los medios información de interés sobre hechos concretos, incluyendo en muchos casos el posicionamiento de la entidad
 - Convocar a los medios a una rueda de prensa
 - Invitar a los medios a la inauguración de un acto
 - Enviar a los medios notas de agenda
- 92.- ¿Qué empresas proporcionan herramientas para realizar un dossier de prensa?
- The Conversation. Hootsuite. Kantar Media.
 - Kantar Media. Seguimedia. My News.
 - EurekAlert! Seguimedia. Hootsuite.
 - Seguimedia. My News. Bitly.
- 93.- ¿Qué elementos son imprescindibles en una convocatoria a medios?
- Fecha, hora, lugar, logo, asunto, quién interviene.
 - Fecha, hora, lugar, logo, contacto de prensa, quién interviene.
 - Fecha, hora, lugar, logo, asunto, contacto de prensa, quién interviene.
 - Fecha, hora, lugar, asunto, contacto de prensa, quién interviene, confirmación de asistencia.
- 94.- ¿A qué evento universitario se convoca siempre a los medios de comunicación?
- Convocatoria de plazas Erasmus.
 - Sesión de Consejo de Gobierno.
 - Apertura de curso académico.
 - Presentación de presupuestos.
- 95.- Entre los programas para la fidelización y captación del talento de egresados de la UCA se encuentra (indique la respuesta falsa)
- el censo de egresados universitarios por facultades y escuelas
 - el programa especial de apoyo para los mejores expedientes académicos del pasado curso
 - el programa específico de reconocimiento a egresados de hace 25 años
 - el programa general de apoyo a los egresados de los últimos tres años
- 96.- Cuál de los siguientes no es un programa del servicio de movilidad para estudiantes promovido recientemente por el Vicerrectorado de Internacionalización (*Welcome-center*)
- Convocatoria Becas AVENIR destino España
 - Becas a estudiantes admitidos en el Programa de acogida a personas refugiadas
 - Becas UCA Internacional de prácticas con universidades socias del norte de África
 - Becas de movilidad PIMA-Entrante (Enología e Ingeniería)

97.- Para facilitar el acceso a su oferta formativa, la UCA dispone de una herramienta específica para dispositivos móviles. Identifica cuál es:

- a) UCA APP
- b) Listas de distribución de correo electrónico
- c) Grupos personalizados de *WhatsApp*
- d) Jornadas virtuales a través de *Zoom*

98.- Entre los servicios ofertados por el Gabinete de Comunicación y Marketing de la Universidad de Cádiz a través del Centro de Atención al Usuario (CAU) se encuentran

- a) La organización de actos informativos, solemnes e institucionales:
- b) La mejora de la proyección internacional
- c) La organización de eventos y actos solemnes
- d) La consulta y asesoría de carácter informativo

99.- Entre los servicios ofertados a través del Centro de Atención al Usuario (CAU) por el Gabinete de Comunicación y Marketing de la Universidad de Cádiz se encuentran:

- a) La rendición de cuentas
- b) La transparencia
- c) Las noticias del portal UCA
- d) La planificación estratégica