

**PROCESO SELECTIVO PARA LA CREACIÓN DE LA BOLSA DE TRABAJO DE
TITULADO SUPERIOR DE PRENSA E INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE
CÁDIZ
(RESOLUCIÓN UCA/REC69GER/2025, DE 26 DE MARZO DE 2025)**

Ejercicio Único

El Gabinete de Comunicación y Marketing constituye el soporte técnico con el que cuenta la Universidad de Cádiz para abordar los nuevos retos de comunicación y difusión de la imagen corporativa.

Usted, como Titulado Superior de Prensa e información de la Universidad de Cádiz, pertenece al equipo de profesionales del periodismo, del diseño gráfico y de los recursos audiovisuales, que dan soporte a este Gabinete y así mismo usted ejerce las funciones que le encomienda directamente el Director del Gabinete Comunicación y Marketing del cual usted depende.

En el día a día se reciben preguntas o propuestas de trabajo por parte de las diferentes unidades u órganos de gobierno de la Universidad, por las cuales se requiere la respuesta adecuada, y del mismo Director del Gabinete que también le encarga diferentes cuestiones que deben ser resueltas.

A la vista de lo anterior se le requiere que dé respuesta adecuada a las siguientes cuestiones, eligiendo la respuesta correcta entre las diferentes propuestas que se le ofrece.

- 1) ¿Cuál de las siguientes herramientas no podríamos utilizar en la comunicación interna de la Universidad de Cádiz?
 - a) Newsletter
 - b) Tavira
 - c) Redes Sociales
 - d) Podcast Radio UCA
- 2) ¿Cuál es el máximo de noticias con imagen que podrías publicar en la página principal (portada) de la Universidad de Cádiz?
 - a) Cuatro
 - b) Dos
 - c) Cinco
 - d) Tres
- 3) Si tuvieras que revisar las agendas de los vicerrectores para realizar previsiones informativas ¿qué página de la web UCA visitarías?
 - a) La página web de cada vicerrectorado
 - b) La página web de cada vicerrector
 - c) El portal de transparencia
 - d) El portal de previsiones informativas

- 4) Has recibido un email de una persona de la organización que requiere de una presentación para explicar la actividad y los principales datos de la UCA tanto en español como en inglés. ¿Qué documento realizado por el Gabinete de Comunicación y Marketing y publicado en la página web serviría para tal fin?
 - a) El power point “Somos UCA”
 - b) El dossier institucional
 - c) La memoria de responsabilidad social corporativa
 - d) El Gabinete de Comunicación y Marketing no genera este tipo de presentaciones.

- 5) ¿Qué logotipo sobre el aniversario de un campus se ha incluido en la página web principal de la UCA (home) y forma parte de la actividad comunicativa de la institución en los últimos meses?
 - a) 37 aniversario de la ETSIA
 - b) 20 aniversario Campus de Jerez
 - c) 15 aniversario Campus Puerto Real
 - d) Ninguna de las anteriores

- 6) Si tuvieras que realizar una búsqueda en la barra principal de navegación que aparece en la home, página web principal de la UCA, ¿qué palabra no encontrarías?
 - a) Vida universitaria
 - b) UCA
 - c) Estudiantes
 - d) Titulaciones

- 7) La Universidad de Cádiz forma parte de Asociación de Universidades Públicas Andaluzas (AUPA). Recibes un comunicado sobre un acuerdo alcanzado en una de sus reuniones, ¿qué deberías hacer como técnico de comunicación de la Universidad de Cádiz?
 - a) Publicar el comunicado en la página web conforme lo han enviado para que todas las universidades compartan el mismo contenido.
 - b) Adaptar el comunicado cambiando el titular y la entradilla para que tenga enfoque institucional UCA y se diferencie su contenido del de otras universidades.
 - c) Consultar al rector e incorporar declaraciones con su valoración sobre el acuerdo.
 - d) No publicar nada pues se publicará únicamente en la página web de AUPA.

- 8) Gestionas las redes sociales de la Universidad de Cádiz y se produce un escenario de crisis climatológica, por ejemplo una DANA. ¿Qué tipo de información compartirías en stories de Instagram?
 - a) Contenidos de última hora publicados por fuentes oficiales como DGT o los Ayuntamientos de las principales localidades para mantener informada a la comunidad universitaria en este escenario de crisis.
 - b) Contenidos generados por cualquier usuario de la propia universidad para señalar que están haciendo en cada campus en ese momento.
 - c) Compartiría únicamente los comunicados internos de la universidad para mantener informada a la comunidad universitaria, sin incluir fuentes externas.
 - d) No publicaría ningún contenido en stories para no desviar la atención sobre los contenidos publicados en el timeline.

- 9) ¿Qué herramienta te permitiría planificar y programar publicaciones en múltiples redes sociales desde una sola plataforma?
- a) Canva
 - b) Zoom
 - c) Hootsuite
 - d) WhatsApp
- 10) ¿Qué herramienta específica utilizarías para realizar un análisis semántico de comentarios en redes sociales institucionales?
- a) Google Forms
 - b) Microsoft Teams
 - c) Brandwatch
 - d) Canva
- 11) El Ilustre Colegio de Abogados de Cádiz organiza un acto en la Facultad de Derecho de la Universidad de Cádiz al que acudirá el rector. Teniendo en cuenta la gestión de la comunicación institucional ¿qué acciones de comunicación desarrollaría el gabinete de comunicación y marketing de la Universidad?
- a) Enviaría una convocatoria de prensa a los medios de comunicación de Cádiz
 - b) Realizaría la cobertura del acto para publicar la noticia en su página web
 - c) Solicitaría la revisión de los discursos de los participantes para conocer qué se dirá ese día durante el acto
 - d) Todas las anteriores son correctas
- 12) Tienes que crear varios contenidos que den seguimiento a la campaña publicitaria de acceso desarrollada para este curso. ¿Cuál es el eslogan que se ha empleado y que puede verse en las creatividades creadas para tal fin y publicadas el slider principal de la web?
- a) UCA contigo
 - b) Vidas universitarias. UCA te da más.
 - c) Experiencias únicas.
 - d) Todas las anteriores son correctas
- 13) De cara a la próxima campaña de publicidad para la campaña de acceso tiene que contratar varios influencers. ¿Qué indicador utilizarás para saber cuál es el que más retorno puede tener?
- a) Engagement Rate
 - b) Click-Through Rate
 - c) Bounce Rate
 - d) Social Share of Voice

- 14) En cuanto a la relación con los medios de comunicación, el Community Manager de una universidad debe:
- a) Mantenerse al margen y no interactuar con medios
 - b) Gestionar relaciones con periodistas desde su cuenta personal
 - c) Colaborar con el gabinete de comunicación para alinear mensajes y reforzar la imagen institucional
 - d) Crear contenido polémico para atraer la atención de la prensa
- 15) Una periodista solicita la participación de una investigadora en su programa de televisión. Atendiendo al trabajo del gabinete de comunicación y a la estructura de la universidad, deberíamos:
- a) Consultar a la vicerrectora de Investigación y Transferencia para que determine a qué facultad avisar
 - b) Enviar un comunicado interno para hacer una convocatoria competitiva
 - c) Llamar a cualquier investigador relacionado y que sepamos que está disponible
 - d) Consultar perfiles a la Unidad de Cultura Científica y de la Innovación
- 16) ¿Cuál es el primer paso que debería tener usted en cuenta en la planificación de la comunicación institucional?
- a) Definir los canales de comunicación
 - b) Determinar el presupuesto
 - c) Analizar el entorno y diagnóstico de la situación
 - d) Crear contenido persuasivo
- 17) ¿Qué elemento es fundamental al definir el público objetivo en un plan de comunicación institucional?
- a) Su capacidad económica
 - b) Sus hábitos de consumo
 - c) Sus intereses, necesidades y nivel de relación con la institución
 - d) La ubicación exacta de su residencia
- 18) Tiene que realizar una nota informativa en relación con la aprobación definitiva de los presupuestos de la Universidad de Cádiz y, para completar la información, necesita acudir al órgano que ratifica las cuentas anuales de la UCA para conocer todos los asuntos del orden del día, ¿a qué órgano debe dirigirse para recibir la información?
- a) Claustro
 - b) Equipo de Dirección
 - c) Consejo Social
 - d) Consejo de Gobierno

- 19) Debe cubrir un acto institucional de la Universidad de Cádiz con presencia confirmada de todos los vicerrectores y vicerrectoras, ¿a qué canal institucional recurriría para obtener esta información y así redactar con rigor la nota informativa?
- a) Al orden del día de los departamentos
 - b) A la página de Equipo de Gobierno de la web de la UCA
 - c) A Google o cualquier otro buscador
 - d) Podría un CAU a la administración de Campus
- 20) En la información de un proceso electoral debe hacer mención al voto ponderado de los distintos colectivos que integran la comunidad universitaria de la UCA, ¿cómo los denominaría correctamente?
- a) Profesores, plantilla y alumnos
 - b) PDI, PAS y estudiantes
 - c) PDI, PTGAS y estudiantado
 - d) Alumnado, profesorado y personal
- 21) Recibe una petición de un medio para que le proporcione información de los campus de excelencia internacional o consorcios de universidades europeas que coordina la UCA, ¿adónde se dirigiría para recibir esta información de primera mano?
- a) Al Vicerrectorado de Calidad y Títulos
 - b) Pondría un CAU a Gerencia UCA para recibir la información
 - c) A la Fundación CEIMAR y a la Universidad Europea de los Mares SEA-EU
 - d) A la sección de convenios de Secretaría General
- 22) Desde el Gabinete de Comunicación y Marketing UCA se quiere visibilizar la importante gestión de la institución para lo que necesitas contactar con...
- a) Las unidades administrativas y de servicios de la UCA
 - b) Las conserjerías de acceso a los centros en los cuatro campus
 - c) Las direcciones generales de la Universidad de Cádiz
 - d) El mail que aparece en la página principal de la web de la UCA
- 23) Tiene que encargarse de la gestión de todo el proceso informativo de un acto institucional organizado por el Gabinete del Rector de la Universidad de Cádiz. ¿Qué secuencia de acciones incluye este proceso?
- a) Debo informar al rector de que el acto va a ser difundido y publicar sus declaraciones en el canal de noticias de la UCA
 - b) Tengo que organizarme con el Gabinete del Rector y difundir la nota informativa que me proporcionen
 - c) Deberé informar primero a la comunidad universitaria y posteriormente al resto de públicos
 - d) Desde el Gabinete de Comunicación y Marketing debemos garantizar la convocatoria y atención a medios y la cobertura y difusión informativa tanto en medios propios como ajenos

- 24) Va a comenzar su experiencia profesional en el Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA, por lo que desarrollará su actividad en un equipo formado por...
- a) Periodistas de distintas escalas técnicas
 - b) Un equipo de profesionales del periodismo, del diseño gráfico y de los medios audiovisuales
 - c) Una dirección de gabinete que trabaja con proveedores técnicos externos
 - d) Un departamento integrado en el área de Personal de la UCA
- 25) Recibe una llamada de un director de departamento de la UCA solicitando un servicio. ¿cómo procedería para gestionar la solicitud?
- a) Pediría que remitieran un mail a la cuenta general de la UCA
 - b) Anotaría la petición y se gestionaría sin aplicar otro criterio que el orden de entrada
 - c) Llamaría a mis compañeros del Gabinete para ver si podemos gestionarla
 - d) Recomendaría como cauce más adecuado el envío de un CAU especificando el servicio: prensa y relaciones informativas; diseño gráfico y comunicación audiovisual o identidad corporativa UCA
- 26) El decano de una facultad de la Universidad de Cádiz está organizando un evento científico y solicita al Gabinete de Comunicación y Marketing el logotipo de la UCA, ¿cómo le facilitaría este recurso?
- a) Le pasaría el enlace de la página específica de la web del Gabinete de Comunicación y Marketing en donde se encuentran los logotipos oficiales en distintas versiones y formatos para su descarga
 - b) Solicitaría que hicieran una petición oficial a través del registro de la Universidad de Cádiz para dejar constancia formal de la petición
 - c) Pueden descargárselo sin problemas desde el ítem de imágenes de cualquier buscador
 - d) El logotipo de la Universidad de Cádiz sólo puede ser utilizado por el rector magnífico, por lo que es imposible pasarlo
- 27) Entre las funciones del Gabinete de Comunicación y Marketing se encuentran la cobertura y difusión de actos de la agenda UCA. En consecuencia, debe difundir informativamente un acto relevante de la UCA a través de los canales propios de comunicación cuyos contenidos gestiona el Gabinete de Comunicación y Marketing, ¿qué vías tendría a su alcance para realizar esta tarea?
- a) Remitiría la nota informativa y la foto de la actividad por mail a las redacciones de los medios de comunicación
 - b) Haría difusión informativa del acto a través los distintos canales de comunicación gestionados desde el Gabinete: canal de noticias de la web, pantallas de acceso a los centros, perfiles institucionales en redes sociales y newsletter semanal
 - c) Convocaría a los medios y les entregaría la nota informativa relacionada con el acto al término del mismo para su posterior difusión
 - d) Enviaría un mail a toda la comunidad universitaria con la información del acto cuando éste haya finalizado y se disponga de la noticia y las fotos

- 28) Un miembro de la comunidad universitaria quiere hacer llegar una actividad en la que está implicado para su difusión en las redes de la UCA, ¿qué canal le recomendaría para trasladar la información de su actividad para que, de este modo, la comunidad universitaria sea protagonista de la acción comunicativa de la institución?
- El buzón de quejas a disposición de la comunidad universitaria, esto es, el BAU
 - Le daría mi correo personal como técnico del Gabinete de Comunicación y Marketing que es el cauce institucional establecido para este tipo de casos
 - Le invitaría a presentar una memoria de la actividad vía registro oficial de la UCA para su posterior valoración informativa
 - El mejor cauce para que la comunidad universitaria se sienta protagonista en estos procesos y remita la información para su difusión en redes de la Universidad de Cádiz es el canal UCA Comunica
- 29) Recibe una petición de un miembro de la comunidad universitaria que va a asistir en representación de la institución a un evento online y necesita hacer una presentación y que aparezca la identidad visual de la misma. ¿Qué materiales le proporcionaría para responder a su solicitud?
- Le enviaría un correo electrónico con unas orientaciones básicas sobre oratoria y comunicación no verbal
 - Le pasaría los enlaces a la web del Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA en donde están subidos las plantillas para presentaciones y los fondos UCA para reuniones virtuales
 - Deberán solicitar vía correo electrónico esta petición para que quede debidamente registrada y así poder realizar el seguimiento a la actividad de los servicios que presta el Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA
 - Se trata de una petición a la que no podemos dar respuesta desde el Gabinete de Comunicación y Marketing porque este tipo de participación en foros online no se encuentran regulados
- 30) Debe actuar ante una circunstancia que potencialmente puede afectar negativamente a la imagen de la Universidad con un importante riesgo de pérdida de credibilidad, ¿qué debe tener en cuenta antes de actuar para su correcta gestión comunicativa?
- Que las crisis de comunicación son responsabilidad exclusiva de los equipos directivos de la institución y debemos esperar cuáles son sus decisiones al respecto
 - Que lo mejor es no hacer nada y esperar a que la crisis acabe para volver a la situación pre-crisis y no “quemarnos” en una situación adversa
 - Que no hay crisis de comunicación hasta que no salta a los medios y que no hay dos crisis iguales (depende de su amplitud e intensidad)
 - Que las crisis de comunicación es algo habitual y por lo tanto tenemos que seguir operando con los mismos esquemas de trabajo para ser plenamente eficaces
- 31) Tiene que afrontar una situación crítica y debe atinar con las causas y tipología de la crisis para gestionarla de la manera más adecuada, ¿cómo catalogaría la crisis según su aparición?
- Crisis prioritarias, secundarias y prescindibles
 - Súbitas o fortuitas; latentes o progresivas; deliberadas, inducidas o calculadas
 - Crisis públicas o privadas
 - Crisis institucionales o sectoriales

- 32) Le han encargado presentar una propuesta de plan anticrisis de la Universidad de Cádiz, ¿qué fases incluiría a la hora de examinar la evolución de una crisis?
- a) Pre-crisis (no en caso de catástrofes), escalada, máximo nivel, control, distensión, impacto y postcrisis
 - b) Antesala, eclosión, desborde, planificación y balance a posteriori
 - c) Inicio, desarrollo, desenlace e informe final de evaluación
 - d) Diagnósis, propuesta, desarrollo y ejecución
- 33) Debe realizar el plan de prevención de crisis de la UCA. ¿Qué tres capítulos incluiría como prioritarios?
- a) Análisis estructural, funcional y presupuestario de la institución
 - b) Diagnóstico previo de las áreas de funcionamiento y seguimiento de su evolución según estadísticas e informes disponibles
 - c) Formación en habilidades comunicativas de todas las personas que integran el staff directivo de la institución, creación de un responsable de crisis y dotación presupuestaria anual para casos de crisis
 - d) Identificación de causas potenciales, anticipación de procesos de comunicación y simulación y entrenamiento
- 34) Estalla una crisis de comunicación en la UCA y, como profesional de su Gabinete de Comunicación y Marketing, le solicitan un protocolo de actuación básico y efectivo. ¿Cuál sugeriría como el más eficaz?
- a) La mejor manera de afrontar una crisis de comunicación es planteando una batería rápida de respuestas para salir cuanto antes y sofocar la situación de forma rápida, así se evitan males mayores
 - b) El protocolo más adecuado para gestionar la crisis sería atender todas las peticiones informativas recibidas desde los medios porque la respuesta acaba con el problema de comunicación generado
 - c) El mejor instrumento para combatirla es la creación de una célula de crisis integrada por la alta dirección, los técnicos especializados en el tema origen de la crisis y los expertos en comunicación
 - d) Convertiría a todos los miembros del equipo directivo en portavoces de la institución para así multiplicar el efecto y el alcance de nuestra respuesta en un contexto marcado por la falta de credibilidad y el ruido
- 35) Tiene que establecer las directrices básicas para acometer una crisis de comunicación, ¿cuál debería ser el pilar de este protocolo de actuación?
- a) Diseñaría un conjunto de respuestas desde comunicación de la institución para salir al paso lo antes posible y así parar la crisis de una forma contundente
 - b) La mejor estrategia y el mejor protocolo de actuación sería apostar por el silencio porque todo lo que se diga puede tener efectos perjudiciales para la institución en un contexto crítico de comunicación
 - c) Recomendaría el protocolo básico de actuación resumido en un único portavoz, un único mensaje y un único tiempo
 - d) Mandaría a todos los medios un comunicado si posibilidad de respuesta ni de interacción para evitar cuestionamientos y escenarios comunicativos adversos

- 36) El Gabinete de Comunicación quiere diseñar una estrategia institucional de comunicación externa, ¿qué criterio permite priorizar eficazmente los públicos objetivos en función de su capacidad de influencia y su nivel de implicación con la organización?
- El grado de fidelización histórica del público con respecto a la marca
 - La teoría del valor simbólico aplicado a los medios de comunicación
 - La matriz de poder-interés (stakeholder mapping)
 - La categorización por segmentos demográficos y edad
- 37) La institución necesita incorporar la figura del portavoz, ¿cuál de las siguientes afirmaciones se ajusta a los principios de buena práctica comunicativa?
- Debe limitarse a leer un comunicado sin admitir preguntas para evitar contradicciones
 - Puede modificar el mensaje oficial si lo considera oportuno para suavizar el impacto mediático
 - Actúa como fuente autorizada, por lo que debe transmitir información contrastada y alineada con el relato institucional
 - Tiene autonomía plena para elaborar respuestas sin consultar con el gabinete jurídico o de comunicación
- 38) Según la perspectiva de la comunicación en la institución, ¿cuál de los siguientes instrumentos de comunicación externa escogerías si necesitas reforzar el ámbito relacional más que el informativo?
- La nota de prensa difundida a medios generalistas
 - El briefing entregado a periodistas durante una rueda de prensa
 - La jornada de puertas abiertas con participación de entidades locales
 - El informe anual de gestión publicado en el sitio web corporativo
- 39) Si tenemos en cuenta el punto de vista jurídico y administrativo en una administración pública, ¿qué responsabilidad puede derivarse del uso inadecuado de la figura del portavoz institucional?
- Falta de cohesión discursiva en el equipo de gobierno
 - Vulneración del principio de confidencialidad o del deber de reserva
 - Reducción de la cobertura mediática en medios generalistas
 - Pérdida de credibilidad de los servicios internos de comunicación
- 40) El gabinete de comunicación necesita urgentemente realizar una campaña de comunicación externa pero duda entre una campaña de comunicación externa planificada o de comunicación externa reactiva, ¿qué diferencia hay?
- La planificada se realiza solo en redes sociales y la reactiva en medios tradicionales
 - La planificada responde a objetivos estratégicos previos; la reactiva gestiona imprevistos o crisis
 - La planificada está sujeta a control político; la reactiva, a decisiones técnicas
 - La planificada requiere autorización formal; la reactiva se ejecuta sin filtro

- 41) Varios representantes de la institución transmiten mensajes contradictorios a los medios referente a una información, ¿qué tipo de disfunción comunicativa se está produciendo?
- a) Saturación informativa
 - b) Ruido institucional
 - c) Fragmentación del canal
 - d) Disonancia discursiva
- 42) La Universidad de Cádiz ha realizado una campaña institucional para promocionar su nuevo Centro de Innovación Educativa. Aunque la campaña ha tenido buena repercusión en redes y prensa, el número de solicitudes de colaboración de docentes ha sido bajo. El rectorado pide al gabinete de comunicación un informe con propuestas de mejora para futuras campañas similares. ¿Cuál de las siguientes conclusiones refleja un análisis técnico más sólido y orientado a la mejora del proceso comunicativo?
- a) El bajo nivel de solicitudes es atribuible a la falta de interés del profesorado en innovación, por lo que no es necesario modificar la estrategia
 - b) El objetivo institucional estaba sobredimensionado; las campañas no pueden generar cambios conductuales, solo notoriedad
 - c) Es probable que existiera una desconexión entre la percepción generada por la campaña y las condiciones reales del servicio ofertado, lo que requiere revisar tanto mensaje como producto
 - d) Se debe ampliar el presupuesto y repetir la misma campaña para reforzar su impacto a largo plazo
- 43) La universidad lanza una campaña institucional para comunicar un proceso de transformación digital en la docencia. Se emplean vídeos promocionales, anuncios en redes sociales y un nuevo sitio web informativo. A los pocos días, surgen críticas de parte del profesorado, alegando que no han sido informados ni consultados. El equipo de comunicación evalúa qué ha fallado. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones refleja mejor una lección aprendida desde la lógica de la comunicación institucional universitaria?
- a) La campaña falló por no haber incluido al profesorado en la difusión pública
 - b) El error fue intentar trasladar un mensaje institucional a través de canales pensados para el público externo, sin contemplar la comunicación interna
 - c) No era necesario informar al profesorado directamente si el mensaje ya estaba publicado en canales oficiales
 - d) Se debería haber centrado la campaña en beneficios tecnológicos sin entrar en cuestiones organizativas

- 44) El Servicio de Relaciones Internacionales desea lanzar una campaña institucional para difundir una nueva convocatoria de movilidad dirigida a estudiantes de grado. La responsable del servicio quiere activar la colaboración del Gabinete de Comunicación y Marketing siguiendo los cauces establecidos por la universidad. ¿Cuál sería el procedimiento adecuado para solicitar formalmente esta colaboración?
- a) Completar la solicitud mediante el sistema CAU, especificando claramente los objetivos, públicos y plazos de la campaña.
 - b) Enviar un correo al director del Gabinete de Comunicación con copia al vicerrectorado correspondiente, explicando la urgencia de la campaña.
 - c) Contactar por teléfono con el personal técnico del Gabinete para agilizar la gestión.
 - d) Ninguna de las anteriores garantiza la tramitación formal de la solicitud según el protocolo vigente.
- 45) El Servicio de Igualdad y la Dirección General de alumnado desean lanzar conjuntamente una campaña institucional contra el acoso en redes. Quieren que incluya cuñas de radio, redes sociales y una jornada presencial. ¿Qué aspecto es clave para que el Gabinete de Comunicación pueda calendarizarla correctamente?
- a) Que ambos servicios presenten un briefing conjunto y claro, con cronograma y responsables definidos
 - b) Que uno de los dos servicios asuma toda la campaña para que toda la información esté unificada
 - c) Antes de implicar al gabinete de comunicación tendrían que llegar a un acuerdo con el rectorado para garantizar la financiación de la campaña
 - d) Que la campaña empiece por redes sociales para llegar a su público objetivo y luego adaptarla a los demás formatos
- 46) La Universidad detecta una caída en las solicitudes de matrícula en los grados STEM. El gabinete de comunicación decide lanzar una campaña institucional. ¿Cuál sería la estrategia más eficaz?
- a) Realizar una campaña informativa genérica sobre los servicios universitarios
 - b) Organizar jornadas de puertas abiertas solo para alumnos de Humanidades
 - c) Diseñar mensajes específicos que visibilicen salidas profesionales y referentes en carreras científicas
 - d) Promocionar exclusivamente los másteres oficiales del área de ciencias sociales
- 47) El Vicerrectorado de Estudiantes encarga una campaña institucional para fomentar la participación del alumnado en órganos de representación. ¿Qué canal y mensaje sería más adecuado según los principios de la comunicación institucional universitaria?
- a) Enviar circulares por correo postal a las familias
 - b) Lanzar una campaña digital con lenguaje juvenil, destacando el impacto de las decisiones estudiantiles
 - c) Utilizar un discurso técnico jurídico en actos presenciales
 - d) Publicar una noticia en la página web institucional

- 48) El Vicerrectorado de Sostenibilidad y Cultura tiene que incorporar en un cartel de un concierto el logo de la Universidad de Cádiz, que aparece como organizadora, junto al logo de otras instituciones y empresas colaboradoras, ¿qué consideraciones tendrá que tener en cuenta?
- a) Mantendrá un tamaño superior al de las marcas con las que aparezca.
 - b) Se expresará con la misma apariencia que otras del mismo rango, usando las versiones y colores afines al comportamiento del conjunto.
 - c) El logo de la UCA aparecerá centrado y en un tamaño ligeramente mayor al resto de logos por ser la institución organizadora.
 - d) Sólo puede aparecer el logo de la UCA.
- 49) El Gabinete de Comunicación de la Universidad de Cádiz tiene que elaborar una tarjeta de presentación corporativa para el correo electrónico de un nuevo Vicerrectorado, ¿qué tipografía tendrá que utilizar para el texto de la misma?
- a) La tipografía Lato en diferentes estilos.
 - b) La tipografía Arial en diferentes estilos.
 - c) La tipografía Lato únicamente en estilo regular.
 - d) La tipografía Arial únicamente en estilo regular.
- 50) Como personal del Gabinete de Comunicación y Marketing tienes que redactar una nota de prensa, ¿de dónde tendrás que descargar la “plantilla de documento de texto” para poder escribirla y enviarla a los medios de comunicación?
- a) En la página web de la Dirección de Comunicación Estratégica.
 - b) En la página web del Gabinete de Comunicación y Marketing.
 - c) En la página web de Personal.
 - d) En la página web del Gabinete del Rector.
- 51) La Facultad de Filosofía y Letras ha solicitado al Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA las becas para el acto de graduación, ¿cómo tienen que ser esas becas?
- a) Puede realizarse un diseño libre siempre que cuente con la aprobación del Decano de la Facultad.
 - b) Tal y como establece el Vicerrectorado de Estudiantes, que se encarga cada año de gestionar las becas de los actos de graduación del alumnado.
 - c) Se adaptarán al diseño elaborado por el Gabinete de Comunicación y Marketing.
 - d) Hay que solicitar el diseño al Gabinete del Rector mediante un correo electrónico.
- 52) La Facultad de Ciencias del Mar y Ambientales desea publicar un cartel para un evento internacional y decide colocar el logotipo de la UCA con los colores de su departamento. Según el Reglamento Regulador de la Identidad Visual Corporativa y Redes Sociales, ¿qué afirmación es correcta?
- a) Puede hacerlo libremente si los colores son institucionales.
 - b) No puede modificar los colores del logotipo oficial bajo ninguna circunstancia.
 - c) Puede usar cualquier variante del logotipo si está aprobada por el decano.
 - d) Sólo es necesario incluir el logotipo en blanco y negro si se distribuye digitalmente.

- 53) Necesitas el icono para la cuenta de Facebook de tu grupo de investigación de la Universidad de Cádiz. Según el Manual de Identidad Visual de la UCA, ¿qué debes hacer?
- a) Cada unidad, grupo de investigación, servicio o facultad de la UCA puede crear su icono de redes, siempre que cumpla unos requisitos establecidos por el rector en el Manual de Identidad Visual de la Universidad de Cádiz.
 - b) El Gabinete de Comunicación y Marketing proporcionará el icono.
 - c) Pedir permiso al Gabinete de Comunicación para usar un diseño propio.
 - d) Un grupo de investigación no puede tener icono de redes propio.
- 54) Según el Manual de Identidad Visual de la Universidad de Cádiz, cuando tienes que incluir la afiliación institucional en la producción científica, ¿cómo puede hacerse?
- a) Se deberá referir a la institución como Universidad de Cádiz, evitando usar abreviaturas como UCA, Univ. de Cádiz, Univ. Cádiz u otras variantes.
 - b) Se puede incluir de cualquier forma para facilitar la búsqueda y el reconocimiento de la autoría.
 - c) El Manual recomienda incluirlo en español y traducido en dos idiomas más.
 - d) Siempre hay que usar la abreviatura UCA.
- 55) La Universidad de Cádiz quiere mejorar su atención ciudadana mediante un asistente virtual. ¿Qué ventaja aporta el uso de asistentes de IA en este contexto?
- a) El asistente de IA podrá responder sin necesidad de conectividad.
 - b) El asistente de IA podrá gestionar expedientes complejos sin supervisión.
 - c) El asistente de IA permite atención continua y personalizada a las preguntas frecuentes.
 - d) El asistente de IA no aporta ninguna ventaja.
- 56) El responsable web del Gabinete de Comunicación y Marketing detecta que la página web de la UCA no aparece en los primeros resultados de Google. ¿Qué medida relacionada con SEO debería aplicar?
- a) Incluir palabras clave relevantes en los títulos y descripciones.
 - b) Eliminar todo el contenido anterior.
 - c) Enviar correos masivos con la URL.
 - d) Usar únicamente imágenes grandes en la página de inicio.
- 57) La Universidad de Cádiz lanza una campaña en buscadores para promocionar un servicio universitario. ¿Qué tipo de estrategia está utilizando?
- a) SEO.
 - b) SEM.
 - c) Marketing por correo electrónico.
 - d) Google Analytics.

- 58) Si la página web de la Universidad de Cádiz tarda mucho en cargar, ¿qué consecuencia puede tener a nivel de SEO?
- a) No afecta, mientras tenga imágenes de alta resolución.
 - b) Aparecerá mejor posicionada porque el contenido es extenso y completo.
 - c) Será bloqueada automáticamente por Google.
 - d) Puede perder posiciones porque Google valora la velocidad.
- 59) La Universidad de Cádiz está recibiendo un elevado volumen de consultas repetidas en su web institucional por parte de estudiantes y futuros alumnos. Para mejorar la atención al usuario sin saturar al personal, ¿qué herramienta tecnológica basada en inteligencia artificial sería la más adecuada para implementar en su sitio web?
- a) Utilizar Google Analytics para estudiar el comportamiento de los usuarios.
 - b) Diseñar una campaña en Google Ads para mejorar la visibilidad.
 - c) Integrar un chatbot con procesamiento de lenguaje natural para responder automáticamente.
 - d) Crear un boletín mensual con las preguntas más frecuentes.
- 60) El equipo de comunicación digital de la Universidad de Cádiz está rediseñando su estrategia de contenidos en la web institucional. Para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda, quiere comprender cómo funcionan. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta sobre los motores de búsqueda como Google?
- a) Sólo posicionan contenido que haya sido pagado.
 - b) No utilizan criterios semánticos, sólo enlaces patrocinados.
 - c) Indexan y clasifican contenidos según múltiples factores como relevancia, autoridad y estructura.
 - d) Sólo priorizan sitios web que se actualizan diariamente.

PREGUNTAS DE RESERVA

- 61) ¿Cómo se llama el chatbot de la Universidad de Cádiz?
- a) PEUCA.
 - b) PIUCA.
 - c) LUCA.
 - d) La UCA aún no ha puesto en marcha ningún chatbot.
- 62) En el Gabinete de Comunicación se necesita realizar una campaña institucional universitaria que busca sensibilizar a la opinión pública, ¿qué aspecto debe garantizarse según la Ley 29/2005?
- a) La competitividad entre universidades
 - b) La coherencia del mensaje
 - c) El respeto a la veracidad, transparencia y eficiencia
 - d) La generación de beneficios económicos
- 63) El Gabinete de Comunicación recibe una solicitud de entrevista por parte de un medio nacional para tratar un tema sensible que ha generado fuerte polarización social. El responsable político no desea comparecer directamente, pero considera importante que la institución no quede sin voz. Desde el punto de vista de la comunicación institucional, ¿qué decisión sería más adecuada?
- a) Rechazar la entrevista por tratarse de un asunto conflictivo y remitir al medio a la documentación ya publicada.
 - b) Designar al jefe de gabinete como portavoz temporal dado que conoce bien el contexto.
 - c) Nombrar un portavoz ad hoc, debidamente autorizado y formado en el relato institucional, que pueda responder dentro de los límites establecidos por la dirección.
 - d) Permitir que diferentes responsables comparezcan en nombre de la institución según su criterio individual, para mostrar pluralidad.
- 64) Tiene que informar sobre una convocatoria de los órganos de representación de la UCA relacionada con la reforma de los estatutos en cumplimiento de la nueva ley universitaria, ¿qué órganos de representación debería incluir en su información?
- a) Los órganos de representación de la sociedad en la Universidad de Cádiz al tratarse de una institución pública de educación superior
 - b) Los órganos de fiscalización y auditoría para verificar la correcta gestión de las cuentas públicas de la institución
 - c) Los órganos de representación de los estudiantes (Consejo de Estudiantes) y los diferentes órganos de representación del personal, tanto PDI como PTGAS
 - d) Los órganos delegados de los estudiantes en cada uno de los grupos en los que se estructura la docencia reglada de la universidad

- 65) De acuerdo con la carta de servicios del Gabinete de Comunicación y Marketing de la UCA debe encuadrar las solicitudes de tareas que recibe por distintos cauces según las distintas funciones que estructuran su funcionamiento
- a) Funciones de organización, cobertura y difusión de actos públicos de la Universidad de Cádiz
 - b) Funciones informativas, de diseño, de asesoramiento en materia de identidad visual y de grabación y edición de vídeos
 - c) Funciones ligadas a la prestación de servicios a los distintos órganos de gobierno de la UCA en cuyo organigrama se encuentra inserto el propio Gabinete de Comunicación y Marketing
 - d) Funciones de difusión de noticias, de atención a los medios, de respuesta informativa y de representación de la institución universitaria ante los medio comunicación del entorno