



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

PROCESO SELECTIVO PARA EL INGRESO EN LA PLANTILLA DE PERSONAL LABORAL

TITULADO/A GRADO MEDIO PRENSA E INFORMACIÓN (OPL2COMU)

(Resolución de 26 de abril de 2023)

PRIMERA PRUEBA / FASE DE OPOSICIÓN
Málaga, 24 de octubre de 2023

- 1.- De conformidad con lo establecido en el artículo 7.4 de los Estatutos de la Universidad de Málaga, los actos administrativos de los órganos colegiados y unipersonales de la Universidad adoptarán la forma de:
 - a) Acuerdos.
 - b) Resoluciones.
 - c) Acuerdos y Resoluciones, respectivamente.
 - d) Resoluciones y Acuerdos, respectivamente.

- 2.- Conforme a lo previsto en el artículo 8.2 de los Estatutos de la Universidad de Málaga, el Boletín Oficial de la Universidad de Málaga se editará:
 - a) En formato electrónico en el sitio web de la Universidad de Málaga.
 - b) En formato electrónico y en formato papel.
 - c) En formato electrónico, incorporándose en el apartado correspondiente del Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.
 - d) Exclusivamente en formato papel, para que tenga validez.

- 3.- En virtud de lo regulado en el artículo 11 de los Estatutos de la Universidad de Málaga, la competencia para aprobar el presupuesto y la programación plurianual de la Universidad es de:
 - a) El Consejo de Gobierno, a propuesta del Consejo Social.
 - b) El Consejo Social, a propuesta de la persona responsable de la Gerencia.
 - c) La persona responsable del Rectorado, a propuesta del Consejo de Gobierno.
 - d) El Consejo Social, a propuesta del Consejo de Gobierno.

- 4.- Señale, de entre las siguientes, y conforme a lo establecido en los Estatutos de la Universidad de Málaga, cuál no es una función estatutariamente establecida al Consejo de Gobierno de la Universidad:
 - a) Aprobar las titulaciones propias de la Universidad.
 - b) Supervisar el rendimiento de los servicios de la Universidad.
 - c) Aprobar los planes de estudios de la Universidad para su presentación al Consejo de Universidades.
 - d) Aprobar la creación o participación en fundaciones u otras entidades jurídicas.

- 5.- Conforme a lo establecido en el artículo 50 de los Estatutos de la Universidad de Málaga, las unidades de docencia e investigación encargadas de programar, coordinar e impartir las enseñanzas de uno o varios ámbitos del conocimiento son:
 - a) Las Facultades o Escuelas.
 - b) Los Institutos Universitarios.
 - c) Los Departamentos.
 - d) Las empresas de base tecnológicas o basadas en el conocimiento.

- 6.- Conforme se establece en el Plan de Igualdad de la Universidad de Málaga, con carácter previo a su elaboración es preciso:
 - a) Alcanzar la paridad en el desempeño de cargos unipersonales de gobierno generales, de Centro o de Departamento.
 - b) Elaborar diagnósticos de situación en igualdad de género.
 - c) Establecer y desarrollar planes de formación en materia de igualdad.
 - d) Acordar protocolos de prevención del acoso sexual y de violencia de género.

- 7.- Conforme a lo establecido en el Plan de Igualdad de la Universidad de Málaga, indique cuándo debe hacerse una evaluación y seguimiento del mismo:
- Debe realizarse, al menos, una evaluación intermedia y otra final.
 - Debe realizarse una evaluación anual y otra a la finalización del Plan.
 - Debe realizarse una evaluación final, y potestativamente una intermedia.
 - El Plan no contempla período alguno de realización de evaluaciones ni seguimientos.
- 8.- De conformidad con lo establecido en el vigente Convenio Colectivo del personal laboral de las Universidades Públicas de Andalucía, los trabajadores y trabajadoras que se encuentren incluidos en alguna de las categorías profesionales del Grupo II han de estar en posesión de la siguiente titulación:
- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o equivalente.
 - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o equivalente.
 - Bachiller superior, BUP, Formación Profesional de segundo grado o equivalente.
 - La adscripción a un Grupo profesional no guarda relación, de acuerdo con lo previsto en el Convenio Colectivo, con la titulación del trabajador o trabajadora.
- 9.- El desempeño de un puesto de trabajo en régimen de desempeño de funciones de categoría superior, conforme con lo establecido en el vigente Convenio Colectivo del personal laboral de las Universidades Públicas de Andalucía, y con carácter general:
- No es posible.
 - No puede estar cubierto por un período superior a seis meses.
 - No puede estar cubierto por un período superior a doce meses.
 - No puede estar cubierto por un período superior a tres meses.
- 10.- En los procesos de provisión de plazas vacantes de personal, y conforme a lo establecido en el vigente Convenio Colectivo del personal laboral de las Universidades Públicas de Andalucía, indique cuál de los siguientes es el procedimiento que ocupa el primer lugar en la prelación para la cobertura de esas vacantes:
- Concurso de traslado.
 - Proceso selectivo de promoción interna.
 - Proceso selectivo de nuevo ingreso.
 - Traslado entre Universidades.
- 11.- Indique cuál es la duración de la licencia no retribuida a la que tienen derecho los trabajadores y trabajadoras, de conformidad con lo establecido en el Convenio Colectivo vigente del personal laboral de las Universidades Públicas de Andalucía:
- De 15 días a tres meses al año.
 - De un mes a tres al año.
 - De un mes a tres cada dos años.
 - De 15 días a tres meses cada dos años.
- 12.- Las retribuciones a las que puede tener derecho el personal laboral por servicios prestados fuera de la jornada, sin que puedan ser fijas en su cuantía ni periódicas en su devengo, conforme a lo establecido en el vigente Convenio Colectivo del personal laboral de las Universidades de Andalucía, son:
- Horas extraordinarias.
 - Gratificaciones por servicios extraordinarios.
 - Pagas extraordinarias.
 - Complemento de productividad.

- 13.- De conformidad con lo establecido en el artículo 16 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, señale cuál de los siguientes NO es un contenido que debe incluir el Plan de Prevención de Riesgos Laborales que debe poseer una empresa:
- Los recursos necesarios para realizar la actividad preventiva.
 - La estructura organizativa de prevención de riesgos laborales.
 - Las responsabilidades y funciones para llevar a cabo la actividad preventiva.
 - Las sanciones a imponer por el incumplimiento de las medidas preventivas.
- 14.- Conforme a lo establecido en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, la formación en materia preventiva de los trabajadores:
- Ha de realizarse, en todo caso, dentro del horario de trabajo.
 - Ha de realizarse siempre fuera del horario de trabajo.
 - Ha de realizarse, siempre que sea posible, dentro del horario de trabajo, o, en su defecto, en otras horas, pero con el descuento en la jornada laboral de las horas empleadas para la formación.
 - Podrá realizarse dentro o fuera de la jornada laboral, de conformidad con lo que se acuerde entre empresa y representación de los trabajadores en negociación colectiva.
- 15.- El derecho de todos los ciudadanos a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción está recogido en nuestro ordenamiento jurídico, como también lo está el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. Se trata de:
- Un derecho fundamental.
 - Un principio rector de la política social y económica.
 - Un derecho regulado en una Ley Ordinaria.
 - Un derecho consuetudinario.
- 16.- La cláusula de conciencia en el desempeño del trabajo de los profesionales de la información tiene por objeto:
- El blindaje de los contratos.
 - La garantía de la independencia en el desempeño profesional.
 - La garantía de una indemnización si se modifican sus condiciones laborales.
 - La libertad de expresión.
- 17.- ¿Pueden los profesionales de la información negarse, sin ser sancionados, a participar en la elaboración de informaciones contrarias a los principios éticos de la comunicación?
- Sí, en cualquier caso.
 - Sí, de forma motivada.
 - No.
 - No, depende de su relación contractual.
- 18.- ¿Cuáles de los siguientes derechos pueden considerarse límites a libertad de expresión?
- El derecho a proteger las fuentes.
 - El derecho a la protección de la juventud y de la infancia.
 - El derecho a la reproducción de textos.
 - El derecho a la propiedad intelectual.

- 19.- ¿Cómo se encuentra protegido el secreto profesional periodístico?
- Por la jurisprudencia.
 - Por la libertad de expresión.
 - Por la libertad de información.
 - Por el código honorífico.
- 20.- ¿Qué órgano es el encargado de garantizar el cumplimiento de los principios del Código Ético en la Universidad de Málaga?
- El Comité de Garantías del Código Ético.
 - El Consejo de Gobierno.
 - El Claustro.
 - El Consejo Social.
- 21.- La Universidad de Málaga ha dictado medidas en relación a la protección de datos en los supuestos de grabación y difusión de imágenes en los actos universitarios mediante:
- Resolución rectoral.
 - Instrucción de la Gerencia.
 - Instrucción de la Secretaría General.
 - Resolución de Consejo de Gobierno.
- 22.- En el tratamiento de imágenes, para recabar su consentimiento cuando se trata de personas menores de edad, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantías de los Derechos Digitales establece la edad de:
- Mayor de 16 años.
 - Mayor de 15 años.
 - Mayor de 14 años.
 - Mayor de 17 años.
- 23.- Analizar hechos de interés público y darlos a conocer es una tarea que se puede realizar a través de los géneros periodísticos. ¿Cuál de los siguientes es el menos subjetivo de todos ellos?
- La crónica.
 - La entrevista.
 - El reportaje.
 - La noticia.
- 24.- El trabajo de información que reúne en su desarrollo todos los géneros periodísticos es:
- La columna.
 - La entrevista.
 - El editorial.
 - El reportaje.
- 25.- ¿De qué otra forma se conoce al "Lead"?
- Entradilla.
 - Encabezado.
 - Subtítulo.
 - Antetítulo.

- 26.- La narración de sucesos de actualidad procurando apegarse a la cronología en que hayan acontecido es:
- Una entrevista.
 - Una crónica.
 - Una noticia.
 - Un reportaje.
- 27.- ¿Qué significa enviar una información embargada a los medios de comunicación?
- Que sólo se facilita la información a un medio.
 - Que no se puede publicar de forma inmediata, sino a la hora fijada por la persona que envía la información.
 - Que no se puede publicar y sólo sirve de complemento a una información.
 - Que sólo se puede publicar una parte de la información que se envía.
- 28.- ¿Qué significa realizar un mapa de Stakeholders?
- Ejecutar un estudio de mercado sobre el entorno de la institución.
 - Realizar la medición de la eficacia de la comunicación en los distintos Stakeholders.
 - Identificar las expectativas y capacidad de influencia de cada uno de los grupos de interés de una organización para su categorización.
 - La selección de grupos empresariales en un panel para debatir sobre asuntos de la empresa.
- 29.- En la comunicación institucional universitaria, los medios de comunicación están identificados como uno de sus grupos de interés. ¿A través de qué instrumento informa la Universidad de Málaga sobre su gestión a los citados grupos?
- Informes Anuales de Rendimiento.
 - Informe del Consejo de Gobierno.
 - Memoria de Responsabilidad Social.
 - Actas para el Pacto Mundial.
- 30.- La comunicación 360°:
- Es la estrategia basada en el constante diálogo de la organización con todos los públicos con los que se relaciona.
 - Es la ejecución de programas de comunicación según el cuadro de mando de las necesidades de las empresas.
 - Es aquella comunicación que establece estrategias acordes a todos los soportes digitales.
 - Es la estrategia de actuaciones comunicativas que engloban a todos los públicos internos de la organización.
- 31.- Entre los públicos internos de la Universidad de Málaga se encuentran:
- El estudiantado preuniversitario.
 - Los órganos de representación universitaria.
 - Las familias de los estudiantes.
 - Los colegios y colectivos profesionales.
- 32.- Según el artículo 53 de la Ley 1/2004, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, el retraso injustificado en el suministro de la información es:
- Una infracción muy grave.
 - Una infracción grave.
 - Una infracción leve.
 - Una falta subsanable.

- 33.- La información pública objeto de Publicidad Activa, según la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, se publicará y actualizará con carácter general:
- Semestralmente.
 - Trimestralmente.
 - Semanalmente.
 - Anualmente.
- 34.- ¿En qué fecha y por qué órgano se aprobó en la Universidad de Málaga el I Plan de Transparencia?
- Por Consejo de Gobierno de 15 de noviembre de 2012.
 - Por Claustro de 17 de diciembre de 2012.
 - Por Consejo de Gobierno de 17 de diciembre de 2012.
 - Por Claustro de 15 de noviembre de 2012.
- 35.- El procedimiento de Derecho de Acceso a la Información Pública establecido en virtud de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, puede ejercerse en la Universidad de Málaga, entre otros, a través de su sede electrónica. Para presentar solicitud, si no es miembro de la comunidad universitaria, es necesario estar en posesión de:
- NIF.
 - Certificado Digital.
 - Acceso Duma.
 - Clave oficial.
- 36.- En una resolución expresa o presunta de acceso a información, según la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, ¿ante qué órgano se puede interponer reclamación previa a la vía contencioso-administrativa?
- Ante el órgano superior.
 - Ante el mismo órgano que dictó la Resolución.
 - Ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno.
 - Ante la Unidad de Transparencia del Órgano Instructor.
- 37.- Según la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, ¿cuál es el órgano de control en materia de protección de datos y transparencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía?
- Consejo de Transparencia y Buen Gobierno de la Comunidad Autónoma.
 - Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía.
 - Consejo de Transparencia Andaluz.
 - Consejo de Protección de Datos y Transparencia.
- 38.- Si una institución parte de una estrategia de comunicación efectiva:
- La comunicación interna y externa no deben integrarse.
 - La comunicación interna y externa deben estar integradas.
 - La comunicación interna se priorizará sobre la externa.
 - La comunicación externa se priorizará sobre la interna.
- 39.- Entre las posibles herramientas de comunicación interna NO se incluyen:
- Los boletines informativos.
 - Los comunicados informativos de la dirección.
 - Acciones de comunicación corporativa.
 - Los anuncios de prensa.

- 40.- Los diferentes tipos de comunicación interna se utilizan en las organizaciones para facilitar el flujo de información y promover la colaboración de los miembros de los equipos. ¿Qué tipo NO se corresponde con un modelo de comunicación interna?
- Ascendente.
 - Descendente.
 - Horizontal.
 - Cerrada.
- 41.- Algunas de las claves más importantes en la comunicación en casos de crisis son:
- Credibilidad, transparencia y rapidez de respuesta.
 - Transparencia, subjetividad y proactividad.
 - Descentralización del problema para equilibrar responsabilidades.
 - Silencio.
- 42.- Una pauta fundamental de los planes de gestión de una crisis informativa es:
- No debe haber proactividad.
 - No debe haber dispersión en el mensaje.
 - Se debe negar la dimensión del problema.
 - Todas las crisis son iguales y se deben tratar igual.
- 43.- Seleccione la medida más eficiente para la gestión de una crisis informativa:
- Nombrar varios portavoces.
 - Esperar a ver lo que publican los medios de comunicación antes de pronunciarse.
 - Hacer un rápido análisis interno del problema.
 - No evaluar resultados futuros.
- 44.- El número de veces que un artículo de una revista científica es citado por otras, así como por los años de prevalencia de estas citas, se denomina:
- Paper.
 - Science Citation Index (SCI).
 - Journal Citation Reference (JCR).
 - NFC.
- 45.- Es una revista de la Academia Americana para el Avance de la Ciencia (AAAS):
- Antec.
 - Science.
 - Nature.
 - Biology Letters.
- 46.- En los países de nuestro entorno, los medios de comunicación suelen buscar en las universidades públicas expertos como fuentes científicas para la elaboración de sus reportajes porque:
- Sus estudios siempre son de una gran calidad.
 - En la Universidad toda investigación está acreditada por agencias.
 - Son expertos independientes y suelen tener un prestigio acreditado.
 - Se hace a través de agencias.
- 47.- En la sala de prensa de la web institucional de la Universidad de Málaga las noticias están categorizadas en 12 apartados. Señale el apartado dedicado a los reportajes de investigación:
- Innovación.
 - Investigación.
 - I+D+i UMA.
 - Docencia.

- 48.- El IV Plan Estratégico de la Universidad de Málaga está compuesto por las áreas estratégicas de:
- Docencia, investigación, vinculación social, gobernanza y comunicación.
 - Docencia, investigación, gobernanza, empleabilidad y comunicación.
 - Docencia, investigación, empleabilidad, gobernanza y vinculación social.
 - Docencia, investigación y gobernanza.
- 49.- ¿Cuántos objetivos incluye el IV Plan Estratégico de la Universidad de Málaga?
- 38.
 - 32.
 - 35.
 - 50.
- 50.- ¿Ante qué órgano se rinden cuentas anualmente sobre el cumplimiento de los objetivos de los Planes Estratégicos en la Universidad de Málaga?
- Consejo Social.
 - Claustro.
 - Consejo de Gobierno.
 - Inspección de Servicios.
- 51.- El periódico Málaga Hoy es propiedad del grupo:
- Vocento.
 - Joly.
 - Prensa Ibérica.
 - Prisa.
- 52.- El Diario La Opinión de Málaga pertenece al grupo:
- Joly.
 - Vocento.
 - Procono.
 - Prensa Ibérica.
- 53.- Diario SUR, ¿a qué grupo empresarial pertenece?
- Prisa.
 - Vocento.
 - Prensa Ibérica.
 - Joly.
- 54.- ¿Cómo se llama el suplemento universitario que publica Diario Sur entre los meses de octubre a mayo?
- Paraninfo.
 - Aulas.
 - Aula Magna.
 - Crónica Universitaria.
- 55.- ¿Qué periódico local publica el suplemento universitario "Apuntes"?
- Málaga Hoy.
 - Diario Sur.
 - La Opinión de Málaga.
 - Viva Málaga.

56.- ¿Qué es Hootsuite?

- a) Un paquete de aplicaciones ofimáticas en línea.
- b) Un servicio avanzado para usuarios del correo electrónico de Microsoft.
- c) Un lector de fuentes tipográficas.
- d) Una plataforma de gestión de redes sociales.

57.- En web, ¿para qué se usa la aplicación Bit.ly?

- a) Para buscar URL.
- b) Es un servicio acortador de URL.
- c) Para medir la eficacia en el posicionamiento web.
- d) Es un comparador web.

58.- Los nuevos formatos del periodismo incluyen:

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

59.- ¿Cuál de estas opciones es una plataforma de alojamiento de vídeos?

- a) Comscore.
- b) Memame.
- c) Vimeo.
- d) Sprinvideo.

60.- La publicidad institucional es aquella actividad comunicativa que:

- a) Realiza la administración para dar a conocer las disposiciones normativas y resoluciones.
- b) Realizan los órganos de una administración para comunicar sus actos administrativos o judiciales.
- c) Orientada a la difusión de un mensaje común, realiza la Administración para dar a conocer a los ciudadanos sus derechos y obligaciones, los servicios que presta y las actividades que desarrolla.
- d) Ofrece la ideología de la institución.

61.- ¿Qué Ley regula la publicidad institucional?

- a) La Ley 20/2007, de 28 de noviembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.
- b) La Ley 29/2005, de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional.
- c) La Ley Orgánica 25/2009, de 27 de abril de Publicidad.
- d) Real Decreto 25/2004 de contratación publicitaria.

62.- En la construcción de avatares corporativos en redes sociales, según el Manual de Normas de Identidad Visual de la Universidad de Málaga, el perfil se sitúa sobre un cuadro de color:

- a) Degradado, formado por el azul corporativo y un segundo color del círculo cromático.
- b) Uniforme, formado por los dos colores institucionales.
- c) Sólido, de azul corporativo con la paloma del escudo.
- d) Se deja libertad de elección siempre que incluya el escudo de la Universidad de Málaga.

- 63.- La función “en tiempo real” de YOUTUBE ANALYTICS:
- Analiza la actividad de los 5 vídeos más recientes.
 - Contabiliza usuarios simultáneos conectados a una emisión en directo.
 - Comprueba la actividad del último vídeo subido a la Red, contabilizando y segmentando usuarios por países.
 - Mide las impresiones y alcance de un vídeo atendiendo a más de 10 parámetros.
- 64.- La tasa de interacción de un post en redes sociales se calcula:
- $(N^{\circ} \text{ de likes} + n^{\circ} \text{ shares}) / n^{\circ} \text{ total de fans} = \text{resultado} \times 100$.
 - $(N^{\circ} \text{ de likes} + n^{\circ} \text{ de comentarios} + n^{\circ} \text{ shares}) / n^{\circ} \text{ total de fans}$.
 - $(N^{\circ} \text{ de likes} + n^{\circ} \text{ de comentarios} + n^{\circ} \text{ shares}) / n^{\circ} \text{ total de fans} = \text{resultado} \times 100$.
 - $(N^{\circ} \text{ de likes} + n^{\circ} \text{ de comentarios})$.
- 65.- ¿Cuál de estas opciones NO es un programa gestor de listas de distribución?
- MAJORDOMO.
 - LISTSERV.
 - M-MAIL POST.
 - MAILCHIMP.
- 66.- Señale dos de las listas de distribución generales que modera el Servicio de Comunicación de la Universidad de Málaga:
- iddptos@uma.es; lddir@uma.es
 - admin@uma.es; ldofic@uma.es
 - ldpdi@uma.es; ldpas@uma.es
 - seminarios@uma.es; atedras@uma.es
- 67.- ¿Cómo se denomina la herramienta por la que se pueden realizar solicitudes al Servicio de Comunicación de la Universidad de Málaga para difundir comunicación interna o externa?
- Canal Uma.
 - Solicitud UMA.
 - Gestor de Peticiones.
 - Uma Informa.
- 68.- En cuanto a política de uso de redes sociales en la Universidad de Málaga, el Manual de Normas de Identidad Visual Corporativa recomienda:
- No crear perfiles institucionales para Congresos, Seminarios y Jornadas.
 - Establecer una política para dar respuesta a comentarios inapropiados.
 - Incluir un breve resumen de los objetivos del perfil.
 - Visibilizar en micrositio web el icono de suscripción a redes sociales.
- 69.- ¿Cuál es el perfil institucional de la Universidad de Málaga en TiK Tok?
- @infoUMA
 - @INFOUMA
 - @uma
 - @uni
- 70.- ¿Cuántos perfiles institucionales aparecen en el micrositio de la web institucional de la Universidad de Málaga “LA UMA EN REDES”?
- 4.
 - 5.
 - 6.
 - 7.

- 71.- A los escritorios personales de la Intranet de la Universidad de Málaga pueden acceder:
- a) El personal que se inscriba en una base de datos a través de un formulario oficial.
 - b) Sólo personal contratado con cargo a proyectos.
 - c) Es una red restringida para personal de las escalas superiores.
 - d) Cualquiera con identificación en el directorio IDUMA.
- 72.- ¿Cuál es el nombre de la APP de la Universidad de la Málaga?
- a) APPUMA
 - b) UMA
 - c) UmaApp
 - d) APP_Uma
- 73.- La marca de la Universidad de Málaga está compuesta por:
- a) Por la U picassiana y el logotipo UNIVERSIDAD DE MÁLAGA situado en la parte superior derecha.
 - b) Por el escudo de la Universidad y el logotipo UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.
 - c) Por la paloma de Picasso orlada en letras capitales con la leyenda latina "Universitas Malacitana", y todo ello abrazado por dos ramas de laurel en forma de corona atada con cintas en su base y abierta en la parte superior.
 - d) Por el grafismo "uma.es" añadiendo a los colores corporativos el PANTONE 3125.
- 74.- En el Manual de Identidad Visual Corporativa, para enriquecer la marca Universidad de Málaga, como aportación a la imagen, se añade un elemento secundario de identidad visual que consiste en:
- a) La introducción de la paloma.
 - b) La gráfica uma picassiana.
 - c) La paloma picassiana.
 - d) La gráfica uma.es
- 75.- ¿Cuántos colores corporativos están definidos como elementos de identidad visual de la Universidad de Málaga en su Manual de Identidad Visual Corporativa?
- a) 3.
 - b) 4.
 - c) 5.
 - d) 6.
- 76.- ¿Es posible, según el Manual de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Málaga, la convivencia de la marca principal y la marca secundaria?
- a) No, una reemplaza a la otra.
 - b) Sí, siempre que se jerarquice una sobre la otra.
 - c) Sí, se complementan.
 - d) No lo contempla el manual.
- 77.- ¿Cuántos apartados tiene el menú principal de la web de la Universidad de Málaga?
- a) 3.
 - b) 6.
 - c) 5.
 - d) 4.

- 78.- ¿Cómo se denomina al conjunto de técnicas de optimización de un sitio web en los buscadores, con la finalidad de que una web aparezca en los primeros resultados de búsqueda?
- SOR.
 - SAM.
 - ROP.
 - SEO.
- 79.- El carrusel de Noticias que aparece en la página de inicio de la web de la Universidad de Málaga contiene la información más actualizada sobre la actividad universitaria. ¿Cuántas noticias pueden convivir en el mismo?
- 3.
 - 5.
 - 7.
 - 6.
- 80.- ¿Cuál de estos gestores de contenidos web (CMS) se emplea para crear comunidades de aprendizaje en línea?
- Simple PHP Blog.
 - Textpattern.
 - Wordpress.
 - Moodle.
- 81.- NO es responsabilidad del Servicio de Comunicación de la Universidad de Málaga:
- La gestión de la identidad visual corporativa.
 - La gestión del Portal de Transparencia Institucional.
 - La coordinación de contenidos y diseño de la web institucional.
 - Organizar el protocolo en los actos institucionales.
- 82.- ¿Qué Servicio de la Universidad de Málaga tiene asignadas las funciones de coordinación de contenidos y diseño de la Web?
- El Servicio de Información Digital.
 - El Servicio Central de Informática.
 - El Servicio de Campus Virtual.
 - El Servicio de Comunicación.
- 83.- En una campaña de publicidad, el “briefing” es responsabilidad de:
- El diseñador gráfico.
 - El anunciante.
 - El creativo publicitario.
 - El ejecutivo de cuentas.
- 84.- En una campaña publicitaria, cuando hablamos de frecuencia, nos referimos a:
- A la presión publicitaria sobre el target, en términos de impactos.
 - Al porcentaje de target que el plan pretende alcanzar.
 - Al número medio de veces que el público objetivo visualiza la campaña.
 - Al número de inserciones en un único medio.

- 85.-Para contratar una campaña de publicidad, incluida en el Plan de Medios de una institución, ¿qué límite impone la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público para un procedimiento negociado sin publicidad?
- a) 18.000 euros (IVA incluido).
 - b) 15.000 euros (IVA incluido).
 - c) 15.000 euros (IVA excluido).
 - d) Todos los procedimientos son con publicidad.
- 86.-Las suscripciones a revistas y otras publicaciones, cualquiera que sea su soporte, están reguladas por unas normas especiales en la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público. ¿Qué límite viene impuesto para los contratos menores?
- a) 15.000 euros (IVA excluido).
 - b) 15.000 euros (IVA incluido).
 - c) Cualquier cuantía siempre que no tengan el carácter de contratos sujetos a regulación armonizada.
 - d) No se pueden hacer contratos menores para contratación de suscripciones a revistas.
- 87.-¿Qué Servicio tiene encomendada en la Universidad de Málaga la Gestión de la Publicidad?
- a) El Servicio de Marketing.
 - b) El Servicio de Prensa.
 - c) El Servicio de Prensa e Información.
 - d) El Servicio de Comunicación.
- 88.- 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.
- 89.-Según los Estatutos de la Asociación de Profesionales de Gabinetes de Comunicación de Universidades y Centros de Investigación del Estado Español (AUGAC), la Junta Directiva de esa entidad está formada por:
- a) Un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y hasta un máximo de cuatro vocales.
 - b) Un presidente, un vicepresidente, un secretario y cinco vocales.
 - c) Un presidente, un secretario, un tesorero y hasta un máximo de tres vocales.
 - d) Un presidente, un vicepresidente, un secretario y hasta un máximo de cuatro vocales.

- 90.- ¿Qué duración tiene el mandato de los cargos que componen la Junta Directiva de la Asociación de Profesionales de Gabinete de Comunicación de Universidades y Centros de investigación del Estado Español (AUGAC)?
- a) Cuatro años.
 - b) Dos años.
 - c) Tres años.
 - d) Un año.

PREGUNTAS DE RESERVA

- 91.- A tenor de los estatutos de la Asociación de Profesionales de Gabinete de Comunicación de Universidades y Centros de investigación del Estado Español (AUGAC), ¿qué clase de socios existen?
- a) Socios de número y socios eméritos.
 - b) Socios de base y socios eméritos.
 - c) Socios de número y socios de honor.
 - d) Socios de base y socios egresados.
- 92.- Según sus estatutos, ¿dónde tiene establecido su domicilio fiscal la Asociación de Profesionales de Gabinete de Comunicación de Universidades y Centros de investigación del Estado Español (AUGAC)?
- a) Madrid.
 - b) Sevilla.
 - c) Barcelona.
 - d) Palma de Mallorca.
- 93.- Dentro de las recomendaciones que ofrece el Servicio de Comunicación de la Universidad de Málaga a la hora de organizar una rueda de prensa, ¿cuál debería ser la duración máxima?
- a) 30 minutos máximo, incluyendo turno de preguntas.
 - b) 30 minutos máximo, excluyendo turno de preguntas.
 - c) 45 minutos máximo.
 - d) 50 minutos máximo.
- 94.- ¿Cuáles son los tipos fundamentales de Stakeholders?
- a) Internos y externos.
 - b) Primarios y secundarios.
 - c) Ascendentes y descendentes.
 - d) Binarios.
- 95.- ¿Cuántas listas de distribución generales internas de correo institucional gestiona o modera el Servicio de Comunicación de la Universidad de Málaga?
- a) 3.
 - b) 5.
 - c) 2.
 - d) 4.

