

**PRUEBAS SELECTIVAS CONVOCADAS POR RESOLUCIÓN DE 26 DE ABRIL DE 2019 (D.O.C.M. DE 06/05/2019) PARA EL INGRESO, POR EL SISTEMA GENERAL DE ACCESO LIBRE, EN LA ESCALA TÉCNICO MEDIO, COMETIDO ESPECIAL: MARKETING (SUBGRUPO A2) DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA.**

**INSTRUCCIONES PARA LA REALIZACIÓN DEL CUESTIONARIO CON RESPUESTAS ALTERNATIVAS**

1. Apague su móvil y no deje ninguna pertenencia encima de la mesa.
2. Si algún opositor necesitara un justificante de asistencia a esta prueba, hágalo saber al Tribunal antes de iniciar el ejercicio.
3. No pase esta página hasta que el Tribunal se lo indique.
4. La prueba consistirá en contestar un cuestionario de **60 preguntas** con cuatro respuestas alternativas de las que sólo una de ellas será correcta. Las preguntas versarán sobre la totalidad del programa del Cuerpo, Escala y Especialidad.  
Además se incluyen **5 preguntas de reserva** que se utilizarán por orden de numeración en caso de que alguna de las preguntas fuese anulada.
5. **El valor de cada respuesta correcta es de 1 punto. Las respuestas incorrectas penalizan. El descuento que se efectuará es de 0,25 sobre el valor de cada respuesta correcta.** No penalizan las respuestas en blanco ni las que tengan doble marca. Para transformar el resultado de la prueba a la calificación obtenida en la misma, y partiendo de la puntuación máxima que son 25 puntos, se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Calificación de la prueba} = \frac{(N^{\circ} \text{ respuestas acertadas} - (0,25 * n^{\circ} \text{ respuestas erróneas})) * 25}{60}$$

La calificación final se expresará con **tres decimales**.

6. En la hoja de examen no podrá incluir ningún dato personal o marca que permita la identificación del aspirante. En caso contrario, el ejercicio quedará automáticamente anulado.
7. El tiempo para la realización del ejercicio es de **75 minutos**. El Tribunal avisará cuando falten 10 minutos para finalizar el ejercicio.
8. La hoja de respuestas consta de dos partes, una con los datos personales y otra para cumplimentar con sus respuestas. Cumplimente el apartado de sus datos personales siguiendo las instrucciones del Tribunal.
9. Comenzado el ejercicio no podrá realizar ninguna pregunta al Tribunal sobre el contenido del examen.
10. Si el opositor, una vez marcada una casilla, desea modificar su contestación, borrará en la hoja en blanco la que debe desaparecer marcando la que considere oportuno. En la hoja amarilla aparecerán dos casillas sombreadas, el opositor marcará con un círculo la que considere correcta. Recuerde que en el ejemplar blanco no puede poner ninguna marca y sólo puede haber una respuesta sombreada por cada pregunta.
11. Los opositores podrán abandonar el aula del examen cuando terminen su ejercicio aunque no haya finalizado el plazo máximo establecido para su realización. En tal caso deberán entregar la hoja de respuestas a un miembro del Tribunal que procederá a entregarle la copia amarilla y a guardar la copia blanca en un sobre delante del opositor y del resto de los presentes.
12. El aspirante se podrá quedar con el cuestionario de preguntas.
13. Finalizado el tiempo se recogerán las restantes hojas de examen completas. El miembro del Tribunal separará la hoja amarilla que entregará al opositor para la comprobación posterior una vez que se publique en la web la plantilla de respuestas.
14. Las hojas de examen serán descabezadas por el Tribunal delante de dos o más testigos, procediendo a meter en sobres separados las cabeceras y la parte de respuestas. Dichos sobres serán cerrados en público y firmados por el tribunal y dos testigos.
15. La plantilla correctora se publicará en la dirección electrónica <http://www.uclm.es/rrhh/>
16. El resultado del ejercicio se publicará en los tablones de anuncios del Rectorado, Vicerrectorados de Campus y Centros de la Universidad, y en la página web de la Universidad de Castilla-La Mancha <http://www.uclm.es/rrhh/>
17. Se ruega el estricto cumplimiento de las normas dictadas por el Tribunal.
18. Gracias por su colaboración.

1. La Constitución española establece que el Congreso de los Diputados se compone de:
  - a) Un mínimo de 300 y un máximo de 500 diputados, elegidos por sufragio universal, libre, igual y secreto.
  - b) Un mínimo de 200 y un máximo de 600 diputados, elegidos por sufragio universal, libre, igual y secreto.
  - c) Un mínimo de 300 y un máximo de 400 diputados, elegidos por sufragio universal, libre, igual, directo y secreto.
  - d) Un mínimo de 150 y un máximo de 300 diputados, elegidos por sufragio universal, libre, igual, directo y secreto.
2. De acuerdo con los Estatutos de la UCLM, el número de representantes del personal de administración y servicios en el Claustro Universitario será:
  - a) 16
  - b) 32
  - c) 8
  - d) 4
3. Señale la respuesta correcta. De conformidad con los Estatutos de la UCLM, el Consejo Social es...
  - a) El máximo órgano de representación de la comunidad universitaria.
  - b) El órgano colegiado de participación de la sociedad en la Universidad.
  - c) El órgano de gobierno de la Universidad.
  - d) El órgano de representación y de gobierno de la Universidad.
4. El Estatuto Básico del Empleado Público clasifica a los empleados públicos en:
  - a) Funcionarios de carrera y personal laboral.
  - b) Funcionarios de carrera y funcionarios interinos.
  - c) Funcionarios de carrera, funcionarios interinos, personal laboral y personal eventual.
  - d) Funcionarios de carrera, funcionarios interinos y personal laboral.
5. La Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas se aplica al sector público, que comprende:
  - a) La Administración General del Estado y las Administraciones de las Comunidades Autónomas.
  - b) La Administración General del Estado, las Administraciones de las Comunidades Autónomas y las entidades que integran la Administración Local.
  - c) La Administración General del Estado, las Administraciones de las Comunidades Autónomas y el sector público institucional.
  - d) La Administración General del Estado, las Administraciones de las Comunidades Autónomas, las entidades que integran la Administración Local y el sector público institucional.

6. Indique la respuesta correcta. Conforme a lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, el plazo para la interposición del recurso de alzada será:
- a) Un mes, si el acto fuera expreso.
  - b) Tres meses, si el acto fuera expreso.
  - c) Tres meses, en cualquier caso.
  - d) Quince días, si el acto fuera expreso.
7. De acuerdo con el artículo 23 de la Ley Orgánica de Universidades el Gerente de la universidad:
- a) Será propuesto por el rector y nombrado por éste de acuerdo con el Consejo Social.
  - b) Será propuesto por el rector y nombrado por éste de acuerdo con el Claustro Universitario.
  - c) Será propuesto por el rector y nombrado por éste de acuerdo con el Consejo de Gobierno.
  - d) Será propuesto por el secretario general y nombrado por el rector de acuerdo con el Consejo Social.
8. Señale la respuesta **incorrecta**. De conformidad a la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno se inadmitirán a trámite, mediante resolución motivada, las solicitudes de acceso a la información:
- a) Que se refieran a información que esté en curso de elaboración o de publicación general.
  - b) Referidas a información que tenga carácter auxiliar o de apoyo como la contenida en notas, borradores, opiniones, resúmenes, comunicaciones e informes internos o entre órganos o entidades administrativas.
  - c) Relativas a información para cuya divulgación sea necesaria una acción previa de carácter judicial.
  - d) Dirigidas a un órgano en cuyo poder no obre la información cuando se desconozca el competente.
9. Señale la respuesta **incorrecta**. La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres:
- a) Establece principios de actuación de los Poderes Públicos.
  - b) Regula derechos y deberes de las personas físicas y jurídicas de carácter estrictamente público.
  - c) Regula derechos y deberes de las personas físicas y jurídicas tanto públicas como privadas.
  - d) Prevé medidas destinadas a eliminar y corregir en los sectores público y privado, toda forma de discriminación por razón de sexo.
10. Según la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, al ejercer el derecho de rectificación el afectado deberá indicar en su solicitud:
- a) Únicamente a qué datos se refiere.
  - b) Únicamente la corrección que haya de realizarse.
  - c) A qué datos se refiere y la corrección que haya de realizarse.
  - d) A qué datos se refiere, la corrección que haya de realizarse y el lugar en el que haya de publicarse la corrección.

11. Indique la respuesta incorrecta. Algunos procedimientos que propone el modelo EFQM para evaluar un organismo público son los siguientes:

- a) Presentación a premios a la calidad o simulación.
- b) Evaluación externa de una auditora independiente sin participación de los empleados.
- c) Autoevaluación.
- d) Matrices de mejora.

12. Según el Plan de Prevención de Riesgos Laborales de la UCLM, la representación del rector y las funciones de dirección y gestión de los campus las ejercen:

- a) Se eligen por votación directa del Consejo de Gobierno.
- b) Los vicegerentes de cada uno de los campus.
- c) Los directores de escuelas y facultades.
- d) Los vicerrectores de cada uno de los campus o el miembro del Equipo de Gobierno de la UCLM en quien delegue el rector estas competencias.

13. La unidad encargada del diseño corporativo en la UCLM es:

- a) Unidad de Imagen y Diseño Corporativo.
- b) Servicio de Identidad Corporativa.
- c) Dirección de Imagen Corporativa.
- d) Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen.

14. ¿Cuál de las siguientes no es una característica de la nota de prensa?

- a) Claridad y concisión en los mensajes.
- b) Sin información redundante, antigua o inútil.
- c) Tratamiento de cortesía en las atribuciones (don, doña, señor, etc.).
- d) Sin adjetivos.

15. ¿En cuál de estos casos se puede usar una coma en un titular?

- a) Enumeración.
- b) Aposición.
- c) Sustitución de un verbo en forma personal.
- d) Los tres son correctos.

16. La Unidad de Cultura Científica e Innovación de la UCLM:

- a) Es de reciente creación y está reconocida por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT).
- b) No existe.
- c) Está en proceso de creación.
- d) Funciona desde hace diez años.

17. Como fuente de información, un Gabinete de Comunicación se define porque...

- a) Es una fuente de información interesada.
- b) Trabaja la persuasión.
- c) a y b son correctas.
- d) a y b no son correctas.

18. ¿Con qué siglas se conoce el proceso de aumentar la visibilidad de una página web en los resultados de búsqueda orgánicos de los diferentes buscadores?

- a) SEO
- b) SEM
- c) GEO
- d) GEM

19. ¿Qué sistema mide solo audiencias en publicidad?

- a) OJD
- b) Kantar Media
- c) InfoADEX
- d) Klout

20. ¿Cómo se llama el boletín electrónico de correo interno que utiliza la UCLM?

- a) UCLMnews
- b) UCLMexpress
- c) InfoUCLM
- d) InfoCampus

21. ¿En cuál de estos medios sociales no tiene perfil institucional la UCLM?

- a) Twitter
- b) Facebook
- c) Flickr
- d) Telegram

22. ¿Qué artículo de la Constitución española reconoce y regula las libertades informativas?

- a) Artículo 20.
- b) Artículo 19.
- c) Artículo 21.
- d) Artículo 18.

23. ¿Qué normas protegen el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen como límites de las libertades informativas?

- a) Constitución española, Código penal, Ley del Menor y leyes específicas.
- b) Constitución española y Código penal.
- c) Constitución española y leyes específicas.
- d) Constitución española, Código penal, Ley del Menor, Ley de Propiedad Intelectual y leyes específicas.

24. ¿Qué excepciones al derecho a la información contempla la Constitución española?

- a) Los delitos contra el honor.
- b) Los derechos de la personalidad y los derechos de la juventud y de la infancia.
- c) La seguridad y la defensa del Estado y el secreto sumarial.
- d) b y c son correctas.

25. ¿Qué norma regula el secreto profesional de los periodistas en España?

- a) La Ley de Enjuiciamiento Criminal.
- b) Aunque lo reconoce la Constitución española, aún no se ha desarrollado regulación específica.
- c) El Código penal.
- d) El Estatuto de los Trabajadores.

26. ¿Cuál es el código deontológico más antiguo que autorregula la profesión periodística en España?

- a) El de la FAPE.
- b) La Declaración de la UNESCO.
- c) El del Colegio de Periodistas de Cataluña.
- d) El Código Europeo de Deontología del Periodismo.

27. Según la normativa vigente, ¿se puede renunciar a la condición de autor?

- a) No, la ley no lo contempla.
- b) Sí, se puede vender.
- c) Sí, se puede legar.
- d) Sí, se puede donar.

28. En lenguaje visual, la «regla de los tercios» propone dividir el encuadre en tercios verticales y horizontales mediante dos líneas internas en cada eje. De este modo los puntos de interés de la escena se sitúan...

- a) En cualquiera de las intersecciones de las líneas internas.
- b) En la zona superior derecha (tercer tercio).
- c) En el tercio inferior.
- d) En el espacio negativo de la imagen (exterior de las líneas internas verticales).

29. Suponga que se quiere realizar una fotografía de plano medio corto de una persona, de modo que el fondo aparezca muy desenfocado y la atención se centre en el personaje. Debería utilizar...

- a) Un ISO muy pequeño si la fotografía es en interior con poca luz.
- b) Una apertura del diafragma f pequeña y distancia focal larga.
- c) Una apertura del diafragma f grande y distancia focal corta.
- d) Una velocidad de obturación muy amplia y realizar la foto con trípode.

30. Cuál de las siguientes no es una red social creada principalmente para compartir contenido multimedia:

- a) Pinterest
- b) Instagram
- c) LinkedIn
- d) Snapchat

31. ¿Desde qué famosa plataforma de anuncios se administran las campañas de anuncios en Instagram?

- a) Facebook Ads
- b) Twitter Ads
- c) Google Ads
- d) LinkedIn Marketing Solutions

32. ¿Cuál es el formato de contenido digital que consume más ancho de banda de todo Internet a nivel mundial?

- a) Podcast
- b) Fotografías
- c) Artículos de blog
- d) Vídeo

33. La tasa de interacción de seguidores con la marca (*engagement rate*) en una determinada red social:

- a) Se calcula mediante una única fórmula, independientemente de la red social.
- b) Es un indicador que se obtiene de un análisis mensual de las publicaciones realizadas.
- c) Muestra el grado con el que los seguidores interaccionan con nuestro contenido.
- d) Es un valor constante inversamente proporcional al valor de viralidad del contenido.

34. ¿Cuál de las siguientes redes sociales cuenta con mayor número de usuarios activos en la actualidad?

- a) YouTube
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) LinkedIn

35. Necesita publicar en una página web un logotipo *raster* (mapa de bits) con fondo transparente. ¿Qué formato de imagen utilizaría para exportar el logotipo y que se vea directamente en el navegador web?

- a) JPG
- b) PSD
- c) SVG
- d) PNG

36. En una campaña de *marketing* digital, le solicitan que cree un pequeño rótulo animado en un archivo que contenga cinco imágenes que van cambiando cíclicamente. ¿En qué formato entregaría el diseño?

- a) JPG
- b) GIF
- c) PNG
- d) SVG

37. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones de Adobe es específica para trabajar con ilustraciones y gráficos vectoriales?

- a) Photoshop
- b) Illustrator
- c) Premiere
- d) Lightroom

38. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones no podría utilizar para maquetar una revista para su posterior edición impresa?

- a) Adobe InDesign
- b) QuarkXPress
- c) Scribus
- d) Dreamweaver

39. Indique la afirmación falsa relativa al guion para la realización de una producción audiovisual:

- a) Las escenas van numeradas y cambian cuando la acción se desarrolla en una localización diferente.
- b) Se escribe habitualmente en dos columnas que describen filas de contenido sincronizado. Una columna se centra en los aspectos visuales y la otra en los aspectos sonoros.
- c) Cada escena se divide a su vez en uno o varios planos. El plano puede repetirse en una o varias tomas. La toma es la unidad mínima.
- d) Las tomas se organizan en secuencias. Cada secuencia va asociada a una toma, por lo que el número de secuencias es igual al número de tomas de la producción.

40. ¿Cuál de las siguientes lentes utilizaría para realizar una fotografía de retrato?

- a) Focal fija de 50 mm con f/1.8.
- b) Gran angular de 15 mm con f/2.4.
- c) Ojo de pez de 85 mm con f/4.
- d) Teleobjetivo de 200 mm con f/5.6.

41. ¿Cuál de las siguientes opciones no forma parte de las cuatro “pes” en teoría del *marketing*?

- a) Plaza.
- b) Precio.
- c) Persistencia.
- d) Producto.

42. ¿A qué medios publicitarios corresponde el concepto *below the line*?

- a) Alternativos.
- b) Convencionales.
- c) Híbridos.
- d) Obsoletos.

43. ¿Qué objetivo pretende el patrocinio como estrategia de *marketing*?

- a) Incrementar ventas.
- b) Fidelizar consumidores.
- c) Cuantificar el retorno de la inversión.
- d) Mejorar la propia imagen.

44. Un *briefing* nunca incluye información sobre:

- a) Público objetivo.
- b) Características del mercado.
- c) Datos de la empresa.
- d) Desarrollo creativo.

45. En la publicidad *online*, ¿a qué llamamos *banner*?

- a) La cabecera identificativa del propio medio.
- b) Una pieza publicitaria dentro de un medio web para derivar tráfico al anunciante.
- c) Un vídeo publicitario insertado en el contenido informativo.
- d) Una ventana emergente con contenido patrocinado.

46. Una agencia de medios se encarga principalmente de:

- a) Diseñar la creatividad.
- b) Canalizar las inserciones publicitarias.
- c) Definir el *briefing* más apropiado.
- d) Asignar el presupuesto necesario.

47. Una campaña publicitaria debe iniciarse con:

- a) La propuesta gráfica creativa.
- b) La elaboración del plan de medios.
- c) La definición de objetivos.
- d) El establecimiento de sistemas de medición.

48. El sector público debe utilizar las redes sociales para el *marketing*:

- a) Para conectar directamente con el usuario.
- b) Para obtener información de sus usuarios.
- c) Para dar a conocer sus ventajas.
- d) Todas las respuestas son correctas.

49. Entre las fases de un plan de *marketing* no se encuentra:

- a) Fijación de objetivos.
- b) Descripción de la situación.
- c) Definir el plan de acción.
- d) Desarrollar la estrategia gráfica.

50. El análisis DAFO se orienta a la identificación de:

- a) Los competidores actuales y futuros.
- b) Los puntos fuertes y débiles de la institución, así como las amenazas y oportunidades del entorno.
- c) Los gustos y necesidades de los futuros alumnos.
- d) El impacto de la publicidad en medios sociales.

51. La vigente Ley de Propiedad Intelectual es:

- a) El Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril.
- b) La Ley 2/2019, de 1 de marzo.
- c) La Ley 3/2019, de 12 de marzo.
- d) La Ley 1/2000, de 1 de marzo.

52. ¿Cuál de las siguientes funciones no es competencia del Gabinete de Comunicación de la UCLM?

- a) Organizar el protocolo de las ceremonias académicas.
- b) Gestionar las relaciones con los medios de comunicación.
- c) Gestionar los perfiles institucionales en medios sociales.
- d) Participar en el diseño y la gestión de campañas de publicidad.

53. ¿Cuál de las siguientes opciones no forma parte de los perfiles de usuarios en la estructura de la web corporativa uclm.es?

- a) Preuniversitario.
- b) Estudiante.
- c) Investigador.
- d) Empresa.

54. En el contexto de los medios sociales, ¿a qué se denomina contenido orgánico?

- a) A las publicaciones que no implican coste económico.
- b) A las imágenes de actividad propia.
- c) A las publicaciones relacionadas con lo natural.
- d) A las publicaciones de carácter comercial.

55. Los contenidos académicos del sitio web institucional uclm.es deben reflejar:

- a) Los acuerdos del *plan Bolonia*.
- b) Los acuerdos de la CRUE.
- c) La legislación en materia de transparencia.
- d) La legislación en materia de accesibilidad.

56. La marca gráfica de la UCLM está compuesta por:

- a) Símbolo + anagrama.
- b) Logotipo + anagrama.
- c) Símbolo + logotipo.
- d) Símbolo + anagrama + logotipo.

57. ¿A qué responden las siglas RSC?

- a) Responsabilidad Sindical Compartida.
- b) Responsabilidad Social Corporativa.
- c) Realidad Social Compartida.
- d) Recursos y Servicios Colectivos.

58. ¿Qué área administrativa gestiona la identidad corporativa de la UCLM?

- a) El Gabinete de Comunicación.
- b) Gerencia.
- c) La Unidad de Información.
- d) El Área de *Marketing*.

59. ¿Qué elementos excluye un manual de identidad visual corporativa?

- a) Las normas que definen formalmente sus elementos gráficos.
- b) Las posibles variables en su aplicación.
- c) El tono apropiado para las comunicaciones escritas.
- d) Los distintos soportes donde se aplica.

60. ¿Cuál de los siguientes antecedentes históricos no se reflejan en el escudo de la UCLM?

- a) La Universidad de Toledo.
- b) La Universidad de Cuenca.
- c) La Universidad de Sigüenza.
- d) La Universidad de Almagro.

## **PREGUNTAS DE RESERVA:**

61. ¿Qué género informativo practica con mayor frecuencia el periodista institucional en la UCLM?

- a) La noticia.
- b) La entrevista al máximo responsable de la institución.
- c) El reportaje.
- d) La crónica.

62. En los medios sociales, la identidad gráfica de la Universidad debe ser:

- a) Similar a la mostrada en documentos impresos.
- b) Distinta de la mostrada en el sitio web.
- c) Solamente su componente nominal.
- d) Solamente su componente cromático.

63. ¿Cuándo se aplican estrategias de *marketing* de guerrilla?

- a) Cuando se busca la innovación con mensajes no convencionales.
- b) Cuando se pretende combatir los anuncios tradicionales.
- c) Cuando el presupuesto es amplio.
- d) Cuando el receptor resulta reticente.

64. La publicidad institucional tiene como objetivo principal:

- a) Proyectar una reputación favorable.
- b) Incrementar los resultados económicos.
- c) Establecer vínculos permanentes con los consumidores.
- d) Competir con la publicidad comercial.

65. El artículo 13 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha establece que el Consejo de Gobierno de la JCCM se compone:

- a) Del presidente y de los vicepresidentes.
- b) Del presidente y de los consejeros.
- c) Del presidente, de los vicepresidentes, en su caso, y de los consejeros.
- d) De los vicepresidentes, en su caso y de los consejeros.