

**PRUEBAS SELECTIVAS CONVOCADAS POR RESOLUCIÓN DE 19 DE JULIO DE 2023 (D.O.C.M. 26/07/2023) PARA EL INGRESO, POR EL TURNO DE PROMOCIÓN INTERNA, EN LA ESCALA DE TÉCNICO MEDIO, COMETIDO ESPECIAL: DISEÑO (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 consiste en la resolución de tres supuestos prácticos, desglosados en 15 preguntas con 4 respuestas alternativas, siendo únicamente una de ellas correcta. Además se incluyen 6 preguntas de reserva, 2 para cada supuesto, en caso de que alguna de las preguntas fuese anulada.
5. **El valor de cada respuesta correcta es de 5 puntos. Las respuestas incorrectas penalizan. El descuento que se efectuará es de 1,25 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, se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Calificación de la prueba} = \frac{(Nº \text{ respuestas acertadas} - (1,25 * \text{Nº respuestas erróneas})) * \text{nota máxima}}{\text{Nº de preguntas de la prueba}}$$

La calificación final se expresará con tres decimales.

6. La hoja de examen que se entrega al tribunal no podrá incluir ningún dato personal o marca que permita la identificación del aspirante. Las hojas de examen contienen unas instrucciones específicas sobre las marcas permitidas para indicar las respuestas.
7. Cualquier marca distinta a las permitidas en la hoja de examen entregada al tribunal conllevará la anulación del mismo.
8. El tiempo para la realización del ejercicio es de **90 minutos**. El tribunal avisará cuando falten 10 minutos para finalizar el ejercicio.
9. 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.
10. Comenzado el ejercicio no podrá realizar ninguna pregunta al tribunal sobre el contenido del examen.
11. Si el opositor, una vez marcada una casilla, desea modificar su contestación, borrará en la hoja blanca que es la que se entrega al tribunal, la respuesta que debe desaparecer marcando la que considere oportuna. En la hoja amarilla aparecerán dos casillas sombreadas, el opositor marcará con un círculo la que considere correcta. Recuerde que, en el ejemplar blanco que se entrega al tribunal, no puede poner ninguna marca y sólo puede haber una respuesta sombreada por cada pregunta.
12. Los opositores no podrán abandonar el aula del examen hasta que no haya finalizado el plazo máximo de tiempo establecido para su realización. Únicamente se podrá abandonar el aula tras la lectura de estas instrucciones y siempre antes de que dé comienzo la prueba, entregando en cualquier caso el cuadernillo de respuestas vacío.
13. El aspirante está obligado a entregar la hoja de respuestas una vez comenzada la prueba, pudiendo quedarse con el cuestionario de preguntas.
14. Finalizado el tiempo se recogerán las 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.
15. 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.
16. La plantilla correctora se publicará en la dirección electrónica <https://convocatorias.rrhh.uclm.es/index.aspx?t=7>
17. El resultado del ejercicio se publicará en la aplicación corporativa de convocatorias: <https://convocatorias.rrhh.uclm.es/index.aspx?t=7> y en el tablón de anuncios de la sede electrónica de la Universidad de Castilla-La Mancha: <https://www.sede.uclm.es/web/guest/tablón-de-anuncios>. Únicamente se harán públicas las notas de los aspirantes aprobados. Los aspirantes suspensos podrán solicitar la puntuación obtenida mediante escrito dirigido al tribunal.
18. Se ruega el estricto cumplimiento de las normas dictadas por el tribunal.
19. Gracias por su colaboración.

## **SUPUESTO 1**

La Universidad de Castilla-La Mancha afronta una nueva campaña de captación de alumnado y busca obtener el máximo alcance para sus acciones promocionales.

Para ello debe articular acciones en distintos canales, medios impresos, digitales y audiovisuales, y formatos gráficos durante el período de atracción del nuevo estudiantado con el objetivo de dar a conocer la oferta académica y formativa de la Institución.

Para poder hacer frente a esta campaña, responda a las siguientes cuestiones.

1. ¿A quién deben ir dirigidas las acciones promocionales?
  - a) Al alumnado universitario.
  - b) A las familias.
  - c) Al alumnado preuniversitario.
  - d) Las respuestas b) y c) son correctas.
2. ¿En qué período deben iniciarse las publicaciones?
  - a) A principio del curso académico.
  - b) A principio de año natural.
  - c) En el segundo trimestre del año.
  - d) En los meses de verano.
3. ¿Quién se encarga de la gestión de las inserciones publicitarias digitales?
  - a) Agencia externa de medios.
  - b) Gabinete de Comunicación.
  - c) Responsable de Marketing.
  - d) El Servicio de diseño.
4. ¿Debemos adecuar nuestra presencia web a la imagen de campaña?
  - a) No, se debe mantener la identidad genérica institucional.
  - b) Sí, para unificar y ampliar la difusión de campaña.
  - c) No, cada medio es independiente.
  - d) Ninguna es correcta.

5. En cuanto a la producción impresa, ¿qué modo de color aplicaremos en los formatos?
  - a) Color LAB
  - b) CMYK
  - c) RGB
  - d) Duotono
6. En cuanto a la producción impresa, ¿qué formato de archivo gráfico debemos proporcionar?
  - a) PDF
  - b) GIF
  - c) MP4
  - d) PPT
7. En cuanto a la producción impresa, ¿qué tamaño tendrán los carteles para MUPI (Mobiliario Urbano Para Información)?
  - a) 50 x 70 cm.
  - b) 100 x 100 cm.
  - c) 200 x 300 cm.
  - d) 175 x 125 cm.
8. En cuanto a la producción para medios sociales, ¿En cuál de estas redes sociales no tenemos presencia publicitaria?
  - a) Instagram
  - b) Twitch
  - c) Facebook
  - d) X (antes Twitter)
9. En cuanto a la producción para medios sociales, ¿Cuál de estos formatos es efímero?
  - a) Stories.
  - b) Post.
  - c) MD.
  - d) Ninguno es efímero.

10. ¿Cuál sería el medio impreso más adecuado para promocionar la oferta académica de la Universidad de Castilla-La Mancha?

- a) Anuncios de radio.
- b) Folletos impresos.
- c) Publicaciones en redes sociales.
- d) Vídeos promocionales.

11. ¿Qué formato gráfico sería más efectivo para destacar información clave sobre la oferta académica en medios digitales?

- a) GIF animado.
- b) Póster estático.
- c) Logotipo simple.
- d) Infografía estática.

12. ¿Cuál de las siguientes opciones representa mejor un formato gráfico adecuado para publicaciones en redes sociales en la estrategia de captación?

- a) Tríptico plegable.
- b) Banner impreso.
- c) Imagen de formato 1:1.
- d) Catálogo académico.

13. ¿Cuál es la importancia de la adaptabilidad en los formatos gráficos utilizados en distintos canales de la estrategia de captación?

- a) Aumentar la complejidad visual.
- b) Generar confusión entre los estudiantes.
- c) Reforzar la identidad visual.
- d) Garantizar una presentación coherente en diversos medios.

14. ¿Qué elemento gráfico es clave para transmitir la identidad de la Universidad de Castilla-La Mancha en todos los formatos?

- a) Logo institucional.
- b) Variación constante de colores.
- c) Uso de múltiples tipografías.
- d) Imágenes genéricas.

15. ¿Cuál sería el medio digital más efectivo para interactuar directamente con posibles estudiantes durante la campaña de captación?

- a) Prensa escrita.
- b) Redes sociales.
- c) Radio online.
- d) Carteles en la calle.

## **SUPUESTO 2**

Con motivo del acuerdo de colaboración entre un medio de comunicación nacional y la Universidad de Castilla-La Mancha, se propone la celebración de una Gala conmemorativa con actividades diversas en uno de los campus de la institución. El Servicio de Diseño debe crear y desarrollar tanto la parte creativa como los formatos gráficos necesarios para el éxito del evento.

Para su correcto funcionamiento, señale la respuesta correcta en las siguientes preguntas.

16. ¿Cuál es el objetivo principal del Servicio de Diseño Gráfico en relación con la Gala conmemorativa?

- a) Coordinar la seguridad en el evento.
- b) Gestionar las inscripciones de los asistentes.
- c) Diseñar y desarrollar la parte creativa y los formatos gráficos.
- d) Seleccionar a los ponentes para la Gala.

17. ¿Cuál es el papel del Servicio de Diseño Gráfico en la logística de la Gala?

- a) Coordinar la seguridad.
- b) Gestionar las inscripciones.
- c) Diseñar y desarrollar los aspectos creativos y gráficos.
- d) Ninguna de las respuestas anteriores es correcta.

18. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor un elemento gráfico físico que podría usarse en la promoción de la Gala?
- a) Hashtags personalizados.
  - b) Publicaciones en redes sociales.
  - c) Carteles impresos.
  - d) Banners animados.
19. ¿Qué característica es esencial al diseñar un logotipo para representar la colaboración entre el medio de comunicación y la universidad?
- a) Colores brillantes.
  - b) Simetría perfecta.
  - c) Letras en cursiva.
  - d) Reflejo de identidad conjunta.
20. ¿Cuál de las siguientes herramientas de diseño es más adecuada para crear fondos animados para la Gala?
- a) Acrobat.
  - b) After Effects.
  - c) InDesign.
  - d) CorelDRAW.
21. ¿Qué formato de archivo es más adecuado para imágenes con transparencias en el diseño gráfico digital para la Gala?
- a) JPEG
  - b) GIF
  - c) PNG
  - d) BMP
22. ¿Cuál es la función principal de los mockups en el diseño gráfico para la Gala?
- a) Presentar diseños en un contexto realista.
  - b) Añadir complejidad visual.
  - c) Sustituir imágenes de alta resolución.
  - d) Minimizar la participación en redes sociales.

23. ¿Qué componente esencial debe incluirse en el diseño gráfico de la Gala para garantizar la presencia en redes sociales?

- a) Imágenes de baja resolución.
- b) Hashtags personalizados.
- c) Uso exclusivo de colores oscuros.
- d) Logotipos pequeños.

24. ¿Qué importancia tiene la consistencia visual en los elementos gráficos de la Gala?

- a) Minimizar la creatividad.
- b) Generar confusión entre los asistentes.
- c) Reforzar la identidad visual.
- d) Añadir complejidad visual.

25. ¿En qué tipo de sobre enviaríamos una invitación institucional la Gala?

- a) Sobre bolsa.
- b) Sobre americano.
- c) Sobre medio.
- d) Ninguna de las anteriores.

26. ¿Qué contenidos mínimos debe contener el programa de mano?

- a) Identidad corporativa de los convocantes, fecha, horario y lugar de celebración y personalidades participantes.
- b) Identidad corporativa de la UCLM, fecha, horario y lugar de celebración y personalidades participantes.
- c) Personalidades participantes y lugar de celebración.
- d) Identidad corporativa de la UCLM.

27. ¿Con qué soportes físicos reforzaríamos la identidad de ambas instituciones?

- a) Flyers publicitarios.
- b) Expositores para publicaciones.
- c) Photocall para medios.
- d) Mostrador de acreditaciones.

28. ¿Qué dimensiones debería tener un roll-up de formato standard?

- a) 2 x 1 m.
- b) 2,5 x 1,25 m.
- c) 1 x 2 m.
- d) 2 x 2 m.

29. ¿Podremos volver a emplear los mismos soportes gráficos en otra gala similar?

- a) No, porque las fechas lo impedirían.
- b) No, porque cada evento precisa identidad específica.
- c) Sí, si no contiene información temporal.
- d) Sí, para reducir costes.

30. ¿Qué perfiles profesionales participan en el diseño de los soportes necesarios para la celebración de la gala?

- a) Diseñadores gráficos, diseñadores audiovisuales y periodistas.
- b) Técnicos de sonido, realizadores audiovisuales y periodistas.
- c) Impresores y constructores de espacios efímeros.
- d) Diseñadores gráficos, diseñadores audiovisuales, periodistas, técnicos de sonido, realizadores audiovisuales, impresores y constructores de espacios efímeros.

## **SUPUESTO 3**

En el cercano 2025 se celebrará el 40 aniversario de la creación de la Universidad de Castilla-La Mancha, se propone un rediseño de la marca gráfica institucional. Debido a las singularidades de la Universidad regional, el fin deseado sería la eliminación de soportes obsoletos e inadecuados y la propuesta de herramientas que contribuyan a su uso y aplicación correcta y continuada.

Ante este reto, indique la respuesta precisa a las siguientes cuestiones.

31. ¿Cuál es el objetivo principal del rediseño de la marca gráfica institucional de la Universidad de Castilla-La Mancha?

- a) Desvincularse de la etapa anterior.
- b) Eliminar la singularidad de la Universidad.
- c) Proporcionar herramientas para el uso continuado.
- d) Facilitar su reconocimiento.

32. ¿Por qué es importante eliminar soportes obsoletos en el rediseño de la marca gráfica?

- a) Para corregir errores técnicos.
- b) Para facilitar el uso y aplicación.
- c) Para incrementar la complejidad visual.
- d) Para limitar el acceso a la información.

33. ¿Qué papel juega la tipografía en el rediseño de la marca gráfica?

- a) Cambiar constantemente las fuentes.
- b) Utilizar tipografías llamativas.
- c) Priorizar la legibilidad y coherencia.
- d) Mantener la tradición tipográfica.

34. ¿Por qué es crucial garantizar la accesibilidad en el rediseño de la marca gráfica?

- a) Para limitar la participación en redes sociales.
- b) Para cumplir la normativa.
- c) Para evaluar la efectividad.
- d) Para llegar a una audiencia más amplia y diversa.

35. ¿Qué tipo de herramientas podrían proponerse para facilitar el uso de la marca gráfica?

- a) Elementos visuales complejos.
- b) Manuales de aplicación y guías visuales.
- c) Software específico.
- d) Imágenes de archivo.

36. ¿Cuál es el impacto positivo de proponer herramientas en el rediseño de la marca gráfica?

- a) Familiarizarse con los perfiles de diseño.
- b) Mejorar el conocimiento de la comunidad universitaria.
- c) Familiarizarse con la nueva identidad corporativa.
- d) Mejorar la coherencia y consistencia en el uso.

37. ¿Cuál es el primer paso esencial en el proceso de rediseño de la marca gráfica institucional de la UCLM?

- a) Seleccionar colores vibrantes.
- b) Analizar la identidad institucional.
- c) Escoger tipografías modernas.
- d) Crear un nuevo logotipo desde cero.

38. ¿Cuál es la función de la paleta de colores en el rediseño de la marca gráfica?

- a) Añadir complejidad visual.
- b) Reflejar la tradición.
- c) Reforzar la identidad visual.
- d) Cambiar los colores radicalmente.

39. ¿Cuál es el propósito de utilizar una retícula en rediseño de la marca gráfica?

- a) Adecuarse a las tendencias actuales.
- b) Crear diseños asimétricos.
- c) Facilitar la personalización de las aplicaciones.
- d) Organizar los elementos de manera consistente.

40. ¿Qué diferencia el concepto de identidad corporativa del de imagen institucional?
- a) Ambos conceptos son iguales.
  - b) La identidad es la representación visual de una organización y la imagen es la percepción que se tiene de ella.
  - c) La identidad es la percepción que se tiene de una organización y la imagen es la representación visual de la misma.
  - d) La identidad es la representación visual de la imagen percibida.
41. ¿Cómo contribuiremos al fortalecimiento del sentido de pertenencia en los empleados con el rediseño de la marca gráfica?
- a) Mediante la distribución de merchandising.
  - b) Mediante charlas informativas presenciales.
  - c) Implicándoles en su proceso de rediseño.
  - d) Todas las respuestas anteriores son correctas.
42. ¿Qué elementos gráficos constituyen un logotipo?
- a) Solo texto.
  - b) Solo símbolos.
  - c) Símbolos y texto.
  - d) Imágenes y texto.
43. La nueva marca rediseñada ¿se mostrará siempre del mismo modo independientemente del soporte?
- a) Sí, en todos los casos igual.
  - b) Sí, solo cambiando la escala.
  - c) No, el soporte lo condiciona.
  - d) No, cada soporte tendrá una composición distinta.

44. ¿Qué límite de tamaño tendrá un archivo de la marca gráfica para publicarlo en medios sociales?

- a) < 1Gb.
- b) > 1Gb.
- c) < 1Mb.
- d) > 1Mb.

45. En una plantilla de cartel facilitada para uso de un centro ¿cuál será, jerárquicamente, la marca principal en el encabezado?

- a) La del propio centro.
- b) La institucional de la Universidad.
- c) La del propio centro y la institucional juntas.
- d) Todas son correctas.

## PREGUNTAS DE RESERVA

### **SUPUESTO 1**

46. ¿Qué herramienta de diseño gráfico es crucial para crear materiales impresos de alta calidad en la estrategia de captación?

- a) Audacity.
- b) Adobe Illustrator.
- c) Adobe After Effects.
- d) PowerPoint.

47. ¿Cuál es la principal función de los elementos gráficos en la estrategia de captación de alumnado?

- a) Generar confusión.
- b) Resaltar la complejidad visual.
- c) Transmitir información de manera efectiva.
- d) Limitar la participación en redes sociales.

### **SUPUESTO 2**

48. ¿Cuál es el propósito principal de utilizar elementos gráficos animados en la promoción de la Gala en medios digitales?

- a) Generar confusión.
- b) Mejorar la accesibilidad.
- c) Aumentar la complejidad visual.
- d) Captar la atención y generar interés.

49. ¿Por qué es crucial considerar la resolución de las imágenes al diseñar elementos gráficos para la Gala?

- a) Para ahorrar espacio en disco.
- b) Para garantizar la impresión de alta calidad.
- c) Para cumplir con los estándares de diseño minimalista.
- d) Para minimizar el uso de imágenes.

### **SUPUESTO 3**

50. ¿Cuál es la importancia de la coherencia visual en el rediseño de la marca gráfica?
- a) Simplificar las posibles variables.
  - b) Diversificar la identidad visual.
  - c) Reforzar la identidad visual.
  - d) Cambiar constantemente la apariencia.
51. Para la producción externa de soportes impresos de elementos corporativos promocionales, los colores empleados deberán indicarse en:
- a) Su composición hexadecimal.
  - b) Sus valores RGB.
  - c) Sus valores CMYK.
  - d) Todas las respuestas son correctas.

