

1.- Atlántico Diario, diario de Vigo, apareció en el año:

- A) 1985
- B) 1986
- C) 1987

2.- La primera emisión de la Radio Galega, la radio pública de Galicia integrada en la CRTVG, fue el día:

- A) 23 de febrero de 1985
- B) 22 de febrero de 1985
- C) 24 de febrero de 1985

3.- La primera emisión de la Televisión de Galicia (TVG), conocida como A Galega, fue el día:

- A) 24 de julio de 1985
- B) 25 de julio de 1985
- C) 26 de julio de 1985

4.- El primer director de la Radio Galega fue el periodista:

- A) Xosé Luís Blanco Campaña
- B) Gerardo Rodríguez
- C) Luis Pérez

5.- El primer director general de la CRTVG fue:

- A) Luis Losada
- B) Lois Caeiro (Luis Rodríguez García)
- C) Abilio Bernaldo de Quirós

6.- El primer diario gallego en papel y escrito íntegramente en gallego fue:

- A) A Nosa Terra
- B) O Correo Galego
- C) Galicia

7.-CECISA (Grupo Anaya) puso en marcha, en la segunda mitad del siglo XX, el diario El Sol. Fue en el año:

- A) 1989
- B) 1990
- C) 1991

8.- El primer diario de Galicia que migró a la web y puso en marcha una edición digital fue:

- A) La Voz de Galicia
- B) Faro de Vigo
- C) El Correo Gallego

9.-Vieiros, el barrio gallego en Internet, apareció en el año:

- A) 1993
- B) 1996
- C) 1999

10.- El medio nativo digital periodístico Galicia Confidencial nació como un blog:

- A) En el año 1999
- B) En el año 2001
- C) En el año 2003

11.- El *content curator* -curador de contenidos-, profesional del campo de la comunicación, se ocupa preferentemente, entre otras funciones, de:

- A) Buscar información precisa y relevante
- B) Gestionar las relaciones públicas
- C) Comercializar contenidos

12.-El año de nacimiento de Facebook como red social universitaria fue:

- A) 2003
- B) 2004
- C) 2006

13.- El año oficial de nacimiento de LinkedIn fue el:

- A) 1998
- B) 2000
- C) 2002

14.- El año oficial de nacimiento de Instagram fue el:

- A) 2008
- B) 2010
- C) 2012

15.-En el campo de la comunicación se considera un artículo publicado en *The Speaker* titulado “Discurso y Relaciones Humanas” como el "padre" de la comunicación organizacional/corporativa. Su autoría es de:

- A) Harold Lasswell
- B) W. Charles Redding
- C) Charles H. Cooley

16.- La misión fundamental de promover y de velar por la garantía del Sistema Universitario de Galicia (SUG), incidiendo en su mejora continua y transmitiéndole a la sociedad información relevante sobre las actividades realizadas y sus resultados, compete a la:

- A) Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE)
- B) A Axencia para a Calidade do Sistema Universitario de Galicia (ACSUG)
- C) Asociación de Inspectores e Inspectoras de Educación de Galicia (AIEG)

17.- Cuando hablamos de gestión de contenidos, Drupal es:

- A) Un sistema de gestión de contenidos propiedad de Microsoft
- B) Un sistema de gestión de contenidos propiedad de Apple
- C) Un sistema de gestión de contenidos basado en código abierto

18.-El organismo estatal denominado “Medios de Comunicación del Estado”, heredero de la Cadena de Prensa del Movimiento, fue liquidado definitivamente en el año:

- A) 1978
- B) 1980
- C) 1984

19.- La Agencia EFE tuvo, en la segunda década de los noventa del siglo XX, un presidente gallego -un profesional del periodismo nacido en Galicia-. Su nombre es:

- A) Fernando Ónega López
- B) José Manuel Rivas Troitiño
- C) Alfonso Sobrado Palomares

20.-Juan Luis Cebrián dejó la dirección del diario El País en el año:

- A) 1980
- B) 1986
- C) 1988

21.- Juan Ramón Díaz García dirigió La Voz de Galicia entre el año 1977 y el año:

- A) 1990
- B) 1995
- C) 1997

22.- El Grupo Vocento, que surgió de la fusión del Grupo Correo y Prensa Española, nació en el año:

- A) 1999
- B) 2000
- C) 2002

23.-Diario de Galicia, editado en Vigo por Publicaciones de Galicia S.A., publicó su primer número en marzo de 1988 bajo la dirección de:

- A) Manuel Rivas Barros
- B) Fernando Ramos Fernández
- C) José Antonio Gaciño Barral

24.-Carlos González Reigosa, periodista y escritor gallego, fue director de información de la Agencia EFE entre el año 1990 y el año:

- A) 1995
- B) 1996
- C) 1997

25.- El diario Faro de Vigo tiene, en octubre de 2024, como director al periodista:

- A) Rogelio Garrido García
- B) Eduardo Rolland Etchevers
- C) Julio Rodríguez González

26.- La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), que es una fundación pública dependiente del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, tiene como objetivo estratégico 1:

- A) Implantar una cultura corporativa en el campo educativo ibérico
- B) Impulsar una comunicación científica eficaz, ética y profesional con públicos diversos para fortalecer el diálogo y el compromiso mutuo entre la ciencia y la sociedad
- C) Promover el asesoramiento científico solo a las universidades de Madrid

27.- La reputación en general y la reputación online en particular requiere de tres condiciones para producirse y las tres tienen que darse en una buena dosis si la empresa pretende convertir su reputación corporativa en valor. Estas tres condiciones (Justo Villafaña, *La buena reputación*, Pirámide, 2004) son:

- A) Una sólida dimensión axiológica; un comportamiento corporativo comprometido; plan para los *stakeholders*
- B) Una sólida dimensión axiológica; un comportamiento corporativo discreto; proactividad en la gestión reputacional
- C) Una sólida dimensión axiológica; un comportamiento corporativo comprometido; proactividad en la gestión reputacional

28.- La Ley Orgánica 2/2023, del Sistema Universitario, en su artículo 6, en el apartado 1, sobre la función docente dice que:

- A) La función docente la ejerce el profesorado universitario
- B) La función docente la ejerce el profesorado y personal asimilado
- C) La función docente la ejerce el profesorado y el personal técnico, de gestión y de administración y servicios

29.- El Sistema Universitario de Galicia está integrado, según el artículo 3 de la Ley 6/2013, del Sistema Universitario de Galicia, por las universidades de:

- A) A Coruña, Santiago de Compostela y Vigo
- B) A Coruña, Santiago de Compostela, Vigo y, en su caso, aquellas que sean creadas o reconocidas por ley del Parlamento de Galicia
- C) A Coruña, Santiago de Compostela, Vigo e Internacional de Galicia

30.- El III Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la Universidad de Santiago de Compostela comprende las siguientes áreas de actuación:

- A) Cultura institucional; Docencia, investigación y transferencia; Presencia, promoción y representación; Conciliación corresponsable; Acoso y violencia de género; Condiciones sociosanitarias en el trabajo
- B) Cultura institucional; Docencia, investigación y transferencia; Presencia, promoción y representación; Conciliación corresponsable; Acoso y violencia de género
- C) Cultura institucional; Docencia, investigación y transferencia; Conciliación corresponsable; Acoso y violencia de género

31.- La era digital impulsó el nacimiento de numerosos canales de comunicación y múltiples *stakeholders* entre los que se generan numerosas interacciones, hecho que favoreció la externalización de servicios (*outsourcing*) en el campo de la comunicación (Robert White, Barry Jeames, *Manual del Outsourcing*, Ediciones Gestión, 2003):

- A) Para disponer de la mejor estrategia y lograr los mejores resultados posibles
- B) Para favorecer la participación ciudadana
- C) Para impulsar una comunicación interna solidaria

32.- ¿Quién es el actual director del periódico La Voz de Galicia?

- A) Lois Blanco Penas
- B) Xosé Luís Vilela Conde
- C) Está vacante el puesto tras el fallecimiento de Santiago Rey Fernández-Latorre

33.-¿En qué formato deben ser entregados los vídeos para su publicación en el canal USC TV?

- A) MPG4
- B) H264
- C) MOV

34.-¿Cuál es el máximo de tiempo que puede durar un vídeo subido directamente a una publicación de la red social X?

- A) 2 minutos
- B) 2 minutos 20 segundos
- C) 2 minutos 30 segundos

35.-¿Qué es Threads?

- A) Una red social, lanzada en 2023, con la que Google intenta penetrar en este mercado
- B) Una aplicación de conversación, vinculada a Instagram, con la que Meta Platforms pretende competir con X
- C) Una red social creada por un conglomerado europeo de empresas para competir con la plataforma especializada en vídeos cortos TikTok

36.-¿Qué programa permite la selección, revelado digital, edición y retoque de imágenes de forma integral?

- A) Adobe Photoshop
- B) Adobe Lighroom
- C) Adobe Camera Raw

37.-¿Cuántas leyes orgánicas regularon el Sistema Universitario Español desde el inicio de la democracia?

- A) Tres
- B) Cuatro
- C) Cinco

38.-¿Cuál de las siguientes acciones está dentro del objetivo específico 2: Mejorar la imagen y la comunicación institucional con perspectiva de género, incluido en el III Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la USC?

- A) Elaboración y difusión de una guía de estilo y lenguaje visual inclusiva. Difusión de la guía de lenguaje no sexista de la USC
- B) Inclusión en los temarios de las convocatorias de acceso a la USC de contenidos sobre igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y sobre género
- C) Creación de un espacio web de recursos y buenas prácticas en la inclusión de la perspectiva de género en la docencia

39. Según se explica en el Manual de Imagen Corporativa e Identidad Visual de la USC, las letras del logotipo SC tienen un doble significado, además de Santiago de Compostela:

- A) Sociedad y Ciencia
- B) Saber y Conocer
- C) Sociedad del Conocimiento

40.-¿En qué tipografía está diseñado el logotipo de la USC?

- A) Utopia
- B) Lucida
- C) Trebuchet

41.-El uso de miniaturas en la página web de la USC se reserva para:

- A) Cuando es necesario poner más de tres imágenes en una publicación
- B) Cuando necesitamos incorporar un hipervínculo a otra publicación
- C) Cuando la imagen tiene un peso mayor de 25 Kb

42. Según se recoge en su Protocolo de prevención y actuación frente al acoso sexual y el acoso por razón de sexo, orientación sexual e identidad de género, la USC elaborará un plan de comunicación específico para dar a conocer su contenido entre toda la comunidad educativa que incluye su publicación:

- A) En la página web de cada uno de los servicios, centros y facultades que la integran
- B) En el tablón de anuncios de las Unidades de Gestión Académica
- C) En la secretaría virtual a la que accede al estudiantado

43.-La USC va a contratar un *banner* publicitario en diversos medios de comunicación digitales. Los requerimientos de tamaños y de formatos son distintos pero la resolución en la que debe enviarse es:

- A) 300 x 300 píxeles
- B) 72 ppp
- C) 300 ppp

44.-Dentro de las técnicas SEO (*Search Engine Optimization*) onpage podemos encuadrar:

- A) El uso de palabras clave o *keywords* en el sitio web pero también en los títulos, descripciones, en el pie de página y en el cuerpo de las noticias y publicaciones
- B) El uso de una URL amigable, es decir, sencilla de recordar y que no contenga símbolos, números o barras innecesarias.
- C) El contacto con webs semejantes mediante lo que se denomina *link building* para que los buscadores consideren la página web fiable.

45.- Al grabar en vídeo con una cámara profesional o semiprofesional, para controlar la exposición y evitar sobreexponer la imagen, se usa:

- A) Las barras de color
- B) La señal zebra
- C) El balance de blancos

46.- Dentro de la revolución que acaba de sufrir la producción audiovisual, la USC optó en los últimos años por emplear en su comunicación institucional:

- A) Social vídeos
- B) Notificaciones *push* enriquecidas
- C) *Videostreaming* a través de Twitch

47.-¿Cuál de las siguientes iniciativas de la USC está orientada a la divulgación de la oferta formativa de la institución entre el estudiantado de enseñanza media?

- A) Alumni
- B) A Ponte
- C) BenVidaUSC

48.-¿Qué significa en marketing digital el término CMS?

- A) Community Manager Senior
- B) Communication Marketing Strategy
- C) Content Management System

49. Entre las métricas relacionadas con la reputación de una marca en las redes sociales, además del número de seguidores, está:

- D) La tasa de interacción de los seguidores con la marca (*engagement rate*)
- E) El número de veces que las personas usuarias buscan el nombre de la marca en un buscador
- F) El número de publicaciones realizadas, que debe ser superior a una diaria

50.-Entre los aspectos que debe contener un *briefing* publicitario obligatoriamente están:

- A) Mensaje, diseño y segmentación del público
- B) Objetivo, *target* y medios a emplear
- C) Imagen de marca, lema de la campaña y presupuesto

51. Actualmente la cobertura de muchos actos y ruedas de prensa se realiza a distancia mediante la emisión de la señal de vídeo y de audio a las centrales de los medios. ¿Qué método se usa para el envío y recepción del mismo?

- A) Conexión de fibra óptica
- B) Tecnología 5G
- C) Protocolos de *streaming*

52.-En la estructura de la web de la USC, ¿dónde se encuentra la información de las Cátedras institucionales?

- A) Menú principal de ejes: USC -> Mecenazgo -> Cátedras institucionales
- B) Menú principal de ejes: USC -> Cátedras
- C) Menú principal de ejes: Investigación ->Transferencia y emprendimiento -> Cátedras Institucionales

53.-En el portal de "Transparencia en la USC", ¿cuáles son los dos tipos de transparencia que aparecen especificados?:

- A) Transparencia económica y Transparencia académica
- B) Transparencia institucional y Transparencia económica
- C) Transparencia organizativa y Transparencia presupuestaria

54.-¿Dónde se puede encontrar el Museo Virtual de la USC dentro de su página web?

- A) En el perfil de PDI
- B) Menú principal de ejes: USC Vida -> Museos y patrimonio
- C) Menú principal de ejes: USC -> Historia y patrimonio

55.-¿Cuáles son los apartados del menú de los sitios web de los Departamentos?

- A) Organización (Equipo de dirección, Personal, Archivo), Áreas de conocimiento, Investigación, Docencia
- B) Información administrativa, Información de la docencia, Información de investigación
- C) El departamento (Dirección, Áreas de Conocimiento, Directorio, Documentación), Docencia, Investigación

56.-¿Dónde se encuentra, en la estructura de la web de la USC, el Museo Gallego de Psicología?

- A) Centros -> Facultad de Psicología -> El centro -> Museo Gallego de Psicología
- B) Menú principal de ejes: USC Vida -> Museos y patrimonio -> Museo Gallego de Psicología
- C) Menú principal de ejes: USC -> Institucional -> Museo Gallego de Psicología

57.-Dentro de la web de la USC, en las "Unidades administrativas" el "Área ATIC" está en la relación de:

- A) Servicios a la comunidad universitaria
- B) Servicios centrales
- C) Apoyo a la docencia y a la investigación

58. Los filtros para los elementos de Agenda en la web de la USC son:

- A) Cultura, Deporte, Congresos, Conferencias, Actos institucionales
- B) Cultura, Deporte, Igualdad, Voluntariado, Movilidad, Docencia, Investigación
- C) Cursos, Deporte, Divulgación, Seminarios, Congresos, Cultura, Conferencias, Actos institucionales, Tesis

59.-En "Internacional", en la web de la USC, los elementos principales del menú horizontal son:

- A) Movilidad, Desarrollo, Estudiantes extranjeros, Estudiantes salientes, PAS, PDI
- B) Programas de movilidad, Captación internacional, Convenios, Noticias, Eventos
- C) Movilidad, Atracción, Proyección, Cooperación, Convenios internacionales, Noticias

60. Las competencias en materia de comunicación en la Universidad de Santiago de Compostela dependen:

- A) De la Vicerrectoría de Comunicación
- B) De una jefatura de área
- C) Del jefe del Gabinete del Rector

61. Las competencias en materia de imagen institucional en la Universidad de Santiago de Compostela dependen:

- A) Del jefe del Gabinete del Rector
- B) De la Vicerrectoría de Cultura
- C) De la Secretaría General

62. Las funciones del gabinete de comunicación institucional abarcan las siguientes áreas:

- A) Comunicación interna, comunicación externa y comunicación institucional
- B) Gestión de la página web institucional, comunicación externa e imagen institucional
- C) Comunicación externa, comunicación interna, centralita telefónica y Oficina de Información

63. La divulgación de la investigación en la USC es competencia:

- A) Del Gabinete de Comunicación
- B) De la Vicerrectoría de Política Científica
- C) De la Vicerrectoría de Política Científica en coordinación con el Gabinete del Rector

64.-Los servicios, unidades y oficinas que ejercen las labores de comunicación, tanto internas como externas, de la Universidad de Santiago de Compostela son:

- A) El Gabinete de Comunicación
- B) El Gabinete del Rector en coordinación con las vicerrectorías
- C) El Gabinete de Comunicación, el Servicio de Medios Audiovisuales, la Oficina Web y la Oficina de Información Universitaria bajo la coordinación del jefe de Gabinete del Rector

65.-Son funciones propias de la Oficina Web de la Universidad de Santiago de Compostela:

- A) Dinamizar y coordinar la información y la comunicación de la USC a través de su web institucional y ocuparse del mantenimiento, elaboración y actualización de la información académica y administrativa
- B) Prestar apoyo a la gestión de contenidos de los diferentes centros, departamentos y unidades de gestión de la USC
- C) La combinación de A y B

66.-¿Quién se ocupa del archivo y custodia de los fondos audiovisuales de la USC, así como de su publicación y puesta en valor?

- A) El Gabinete de Comunicación
- B) El Servicio de Medios Audiovisuales (SERVIMAV)
- C) El Área ATIC

67.-¿Cuándo autorizó la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) la fusión entre Antena 3 y La Sexta?

- A) 2015
- B) 2008
- C) 2012

68. ¿Cuándo inició sus actividades la Corporación RTVE, lo que implica la disolución del Ente Público RTVE?

- A) 2000
- B) 2007
- C) 1992

69.-¿Cuál fue la principal contribución de Tim Berners-Lee con el desarrollo de la World Wide Web en 1989?

- A) El desarrollo de un sistema para compartir información de forma accesible a través de hipervínculos
- B) La invención del correo electrónico como medio de comunicación global
- C) La creación del primer motor de búsqueda en Internet

70.-¿Cuál fue una de las principales aportaciones de Alvin Toffler en su libro *The Third Wave (La tercera ola)*?

- A) Habló por primera vez de las generaciones de públicos
- B) Acuñó el término *Prosumidor*
- C) Negó la posibilidad de aplicar la inteligencia artificial en la comunicación

71.-El Estudio General de Medios (EGM) elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) nació en:

- A) 1992
- B) 1978
- C) 1968

72. El tamaño de la muestra del EGM multimedia anual de AIMC, uno de los estudios de referencia sobre audiencias en España, es de:

- A) 50.000 individuos
- B) 30.000 individuos
- C) 20.000 individuos

73. La entrega de resultados del EGM se realiza:

- A) En una única entrega anual (en el mes de enero de cada año)
- B) En dos entregas (en mayo y noviembre de cada año)
- C) En tres entregas (en abril, julio y diciembre de cada año)

74.-¿Qué significa el indicador "constelaciones" en la medición de televisión?

- A) Modo de ver la televisión en función del territorio
- B) Modo de ver la televisión en función de las franjas horarias
- C) Modo de ver la televisión sólo, en dual, pareja o grupo

75.-¿Cuál fue la edad media de los espectadores de televisión en España en 2023?

- A) 57 años
- B) 60 años
- C) 48 años

76.-¿Qué mide el concepto de power-ratio en el análisis de audiencia de televisión?

- A) La relación entre la cuota de pantalla de audiencia y la cuota de pantalla de publicidad
- B) La cantidad total de tiempo que los espectadores pasan viendo un canal específico
- C) La frecuencia con la que se emiten anuncios durante un programa de televisión

77.-¿Qué mide el concepto de "diferido" en el análisis de audiencia en televisión?

- A) La audiencia generada durante la emisión en línea del programa
- B) La audiencia generada a lo largo de los siete días siguientes a la emisión en línea
- C) El número de visitas en tiempo real durante la emisión del programa

78.-¿Quién gestiona el Portal de la Investigación de la USC, como referente de la comunicación y divulgación de la ciencia en esta Universidad?

- A) La Biblioteca Universitaria y el Área de Promoción y Estrategia Científica
- B) La Biblioteca Universitaria
- C) La Oficina de Investigación y Tecnología (OIT)

79. La Comisión de Seguimiento de la Medición de Audiencias Digitales en España ratificó como medidor oficial en 2024 a:

- A) GfK DAM
- B) Comscore
- C) Kantar

80.-El Sello de Audiencia Medida de GfK DAM considera que:

- A) Todas aquellas empresas que lo poseen lideran el consumo digital de prensa en España
- B) Todas aquellas empresas que lo poseen cuentan con la medición del consumo digital oficial en España
- C) Todas aquellas empresas que lo poseen cuentan con la medición de los soportes tradicionales de difusión en España

81.-¿Cuáles son las unidades básicas de medición, según el Libro Blanco IAB-AIMC de Medición de Audiencias Digitales?

- A) Conexión, Tiempo de Consumo, Individuos Diarios y Alcance
- B) Comentarios, Alcance, Audiencia Media y Likes
- C) Cobertura, Tiempo de consumo, Audiencia Media y Frecuencia

82. En el contexto de la medición digital, se consideran "dispositivos únicos":

- A) Número de individuos diferentes que acceden a un sitio web. Mide las personas
- B) Numero de dispositivos y de individuos diferentes que acceden a un sitio web a través del mismo dispositivo. Mide los dispositivos conectados e identifica las personas que se conectan
- C) Número de dispositivos diferentes que visitan un sitio web. No mide el covisionado

83. ¿Qué documento recoge la siguiente definición sobre el perfil de redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte?

"Profesional del periódico en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico que desarrolla su actividad mediante los géneros creando contenidos periodísticos. Comprende las tareas de redactor, reportero, presentador y director de uno o varios de ellos, incluido el diseño, escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia"

- A) El Informe Mundial de la Profesión Periodística y de los Comunicadores
- B) El Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación de ANECA
- C) El Estatuto de los Trabajadores

84.-En el contexto de la producción de contenidos multimedia, ¿qué herramienta permite crear un mapa interactivo?

- A) MyEdit
- B) Storymap JS
- C) TwistedWave

85. ¿Cuál de las siguientes opciones no forma parte de las clásicas fases del proceso de producción audiovisual?

- A) Planificación (pre-producción)
- B) Ejecución (producción)
- C) Divulgación (marketing)

86.-¿Qué red social lidera el seguimiento de los *influencers* en España, según el Estudio de Redes Sociales 2024 de Interactive Advertising Bureau (IAB)?

- A) Instagram
- B) TikTok
- C) YouTube

87.-¿Cuál es el tamaño recomendado por Meta para las Instagram Stories?

- A) 1920 x 1080 píxeles
- B) 1080 x 1920 píxeles
- C) 1440 x 2560 píxeles

88.-¿Qué permite hacer la función “remix” en un *Reel* en Instagram?

- A) Grabar un vídeo propio junto al de otra persona, lo que permite expresar un punto de vista, colaborar con otros miembros de la comunidad o crear algo nuevo
- B) Añadir efectos especiales a un vídeo sin modificar el contenido original
- C) Compartir automáticamente el *reel* de otra persona en tu perfil sin cambios

89.-¿Cuánto tiempo, de media, dedica la audiencia en España al uso diario de las redes sociales, según el Estudio de Redes Sociales 2024 de IAB?

- A) 2 horas y 30 minutos
- B) 3 horas y 18 minutos
- C) 1 hora y 8 minutos

90.-¿Cuál de los siguientes instrumentos se emplea para medir el impacto en las redes sociales?

- A) Fanpage Karma
- B) Vix
- C) iQIYI

91. ¿Qué herramienta de Google encaja en las aplicaciones de análisis de datos y permite conocer las tendencias de los temas más comentados por la audiencia?

- A) Google Discover
- B) Google Trips
- C) Google Trends

92.-¿Cómo define Google su herramienta Google Trends?

- A) Google Trends es una herramienta que presenta la frecuencia de búsqueda de un término en varias regiones del mundo y en varios idiomas, en un pasado reciente
- B) Google Trends es una herramienta que identifica las páginas web más relevantes del mundo en tiempo real
- C) Google Trends es una herramienta que indica la frecuencia de accesos a una web mostrando datos a nivel global

93.-¿Qué es la estrategia *omnichannel* (*omnicanal*)?

- A) Es una estrategia inmersiva que pone el producto y no el cliente en el centro, generando experiencias ilimitadas para elevar las compras a través de diferentes canales y dispositivos
- B) Es una estrategia inmersiva que pone el cliente y no el producto en el centro, generando experiencias personalizadas y consistentes a través de los diferentes canales y dispositivos
- C) Es una estrategia inmersiva que pone la reputación de la empresa en el centro generando una imagen de marca que llega al usuario a través de diferentes canales y dispositivos

94. ¿Cuándo se creó el Consorcio para el desarrollo de aplicaciones de gestión universitaria (CIXUG), en el Sistema Universitario de Galicia (SUG)?

- A) 2006
- B) 2000
- C) 2010

95.-¿Cuándo entró en vigor la conocida como LOSU?

- A) 28/04/2022
- B) 12/04/2023
- C) 18/09/2023

96.-¿En qué año se creó el Sistema Universitario de Galicia?

- A) 1989
- B) 1978
- C) 1992

97.-¿De qué año es la Ley del Sistema Universitario de Galicia que está en vigor en la actualidad?

- A) 2022
- B) 2013
- C) 2008

98. ¿Cuándo se aprobó el I Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la USC?

- A) Se aprobó en el Consejo de Gobierno de 25 de marzo de 2009
- B) Se aprobó en el Consejo de Gobierno de 8 de marzo de 2019
- C) Se aprobó en el Consejo de Gobierno de 26 de marzo de 2012

99.-El principio de afinidad burocrática de Fishman:

- A) Establece que las organizaciones no tienen ninguna relevancia en el proceso de producción informativa
- B) Aborda cuál es la relación que existe entre los medios de comunicación (las entidades noticiosas) y las organizaciones que desean tener presencia en ellos gracias a la *publicity*
- C) Refleja que la relación entre las organizaciones que desean aparecer en los medios de comunicación y los medios de comunicación es perfectamente simétrica y entre iguales.

100.-De acuerdo con la teoría de Manuel Castells, el modelo de auto-comunicación de masas se caracteriza por:

- A) La unidireccionalidad de los mensajes
- B) La interactividad como norma para que los sujetos puedan construir sus propias redes de comunicación
- C) Darse en tiempos programados y sin tiempo reflexivo

101.-A la hora de construir el posicionamiento de una marca, cuando acotamos de una manera excesiva nuestro propio posicionamiento y, de este modo, limitamos la extensión de nuestra marca a otras categorías estamos delante de un ejemplo de:

- A) Posicionamiento dudoso
- B) Subposicionamiento
- C) Sobreposicionamiento

102.-El III Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la USC:

- A) Acaba de entrar en vigor y estará vigente hasta el 2027
- B) Comprende cuatro áreas de actuación: Cultura Institucional; Docencia, investigación y transferencia; Presencia, promoción y representación; y Conciliación corresponsable
- C) Refleja qué unidades serán responsables de la ejecución de las 85 acciones previstas

103.-La teoría que describe que las estructuras sociales han perdido solidez para volverse líquidas (es decir, más flexibles, cambiantes y fragmentadas) en un fenómeno acentuado por la tecnología digital fue desarrollada por:

- A) Sherry Turkle
- B) Luciano Floridi
- C) Zygmunt Bauman

104.-El conjunto de acciones llevadas a cabo con el objetivo de generar enlaces externos a nuestra página para conseguir un mejor posicionamiento en la red se llama:

- A) Link building
- B) Lead-magnet
- C) CTA-caption

105.-Las estrategias de contenido UGC se corresponden con:

- A) Contenido promovido por medios de comunicación en el que aluden a una determinada marca
- B) Contenido creado y compartido por personas que no están oficialmente asociadas con la marca
- C) Contenido creado y compartido por las marcas de forma patente

106.-Una acción publicitaria en la red en la que el anunciante paga por la obtención de contactos a los que luego se puede impactar mediante correo electrónico se conoce con las siglas de:

- A) CPA
- B) CPC
- C) CPL

107.-La herramienta Hootsuite, una de las más frecuentes para el trabajo en las redes sociales, permite:

- A) Publicar y programar contenidos
- B) Hacer escucha social
- C) Las dos anteriores son correctas

108.-La norma ISO 26000 sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se estructura en siete materias fundamentales: gobernanza de la organización, participación activa y desarrollo de la comunidad, asuntos de consumidores, prácticas justas de operación, medio ambiente, prácticas laborales y:

- A) Solidaridad
- B) Derechos humanos
- C) Sostenibilidad

109.-Según el código ético de Dircom, los profesionales de la dirección de la comunicación que pertenecen a esta asociación:

- A) En su relación con las Administraciones públicas, con carácter general, no podrán ofrecer, conceder, solicitar o aceptar, directamente o indirectamente, regalos o dádivas, favores, convites, ventajas o compensaciones en sus relaciones con las Administraciones públicas, a excepción de aquellos que sean de valor económico irrelevante, razonables y respondan a signos de cortesía éticos y responsables
- B) En su relación con la sociedad deben poner todo de su parte para que prevalezca la información veraz y la transparencia en la búsqueda de una sociedad mejor informada y capacitada para la toma de decisiones
- C) Ambas son correctas

110.- Publicidad nativa (*Native Advertising*) es:

- A) Una técnica publicitaria
- B) Una publicidad solo para nativos digitales
- C) Una publicidad que solo emplea géneros dialogales en red

111.-La grafía '@' y otras como el asterisco (*) o la 'x' se utilizan con cierta frecuencia para neutralizar el lenguaje sexista, en mayor medida, cuanto más personal e informal es el texto. Según el documento del Servicio de Normalización Lingüística y la Oficina de Igualdad de Género titulado 'Criterios de lenguaje no sexista', ¿cuál de estas afirmaciones es correcta?

- A) En los documentos institucionales no se contempla esta solución
- B) Resulta indiferente, siempre que se respete la debida identidad en cuestiones de género e identidad sexual de las personas referidas específicamente en la redacción en cuestión
- C) Tanto la @, como el asterisco (*) o la 'x' son alternativas utilizables con independencia de que sean documentos formales o informales

112.-¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera, según lo recogido en el documento del Servicio de Normalización Lingüística y la Oficina de Igualdad de Género titulado 'Criterios de lenguaje no sexista'?

- A) Los sustantivos abstractos, genéricos o metonímicos son especialmente aprovechables para la cartelería, por su adaptabilidad a distintas realidades
- B) Los sustantivos abstractos, genéricos o metonímicos no son especialmente aprovechables para la cartelería, por su adaptabilidad a distintas realidades
- C) Ninguna de las anteriores es correcta

113.-Según el Plan de Acciones de Normalización Lingüística 2024-2026 aprobado por el Claustro Universitario en 2024, el diseño de una campaña de difusión y formación sobre el Reglamento de usos lingüísticos entre los diferentes servicios y unidades universitarias, extensible a toda la comunidad, corresponde al:

- A) Gabinete de Comunicación de la USC
- B) Centro de Formación y Servicio de Normalización Lingüística de la USC
- C) Gabinete de Comunicación y Centro de Formación de la USC

114.-Tomando como referencia el Reglamento de usos lingüísticos de la Universidad de Santiago de Compostela, aprobado por el Consejo de Gobierno de 28/10/2022, ¿cuál de las siguientes afirmaciones es correcta?

- A) La denominación de la USC, Universidad de Santiago de Compostela, se mostrará siempre en gallego, sin perjuicio de que a causa de la normativa de aplicación o del interés general puedan emplearse otras lenguas
- B) La denominación de la USC, Universidad de Santiago de Compostela, se mostrará en gallego y castellano, sin perjuicio de que a causa de la normativa de aplicación o del interés general puedan emplearse otras lenguas
- C) La denominación de la USC, Universidad de Santiago de Compostela, se mostrará en el idioma que proceda en función de las circunstancias concretas de su uso

115.-En lo relativo a la elaboración de publicaciones y publicidad, ¿cuál de las siguientes respuestas es correcta, tomando como referencia el Reglamento de usos lingüísticos de la USC?

- A) Con carácter general, las publicaciones y la publicidad que realice la USC, tanto internamente como en medios de difusión externos, con independencia del formato y el soporte, se harán en gallego, excepto las destinadas específicamente a la promoción fuera de Galicia, que se harán en la lengua o lenguas más adecuadas
- B) La información y todo tipo de elementos publicitarios y visuales sobre titulaciones, títulos propios, cursos, congresos, simposios, conferencias, jornadas, y otras actividades de naturaleza análoga, sea cual fuere el formato y el soporte, tendrá como mínimo una versión en gallego
- C) Las dos respuestas anteriores son correctas

116.-¿Cuál de los siguientes identificadores de usuario de las principales redes sociales en las que tiene presencia la Universidad de Santiago de Compostela son correctos?

- A) @UniversidadeUSC y @universidade_usc
- B) @USC y @USC_L
- C) @UnivSC y @UnivSL

117.-¿Cuál de las siguientes se corresponde con etiquetas utilizadas por la cuenta de la USC en Instagram para difundir actividades propias o en colaboración con otras entidades?

- A) #Superheroínas
- B) #CorresponsablesUSC
- C) Ambas son correctas

118.-¿Cuál de las siguientes afirmaciones sería correcta en relación a los contenidos disponibles en redes sociales gestionadas de forma centralizada en la USC?

- A) Entre los contenidos habituales de las redes sociales gestionadas por la USC nunca se incluye en el relato de alguna de ellas vídeos o imágenes de bancos gráficos ajenos a la USC
- B) Los vídeos se publicarán únicamente en formato de story en Instagram, ya que la USC no cuenta con un canal específico en Youtube
- C) En Instagram se incorporan habitualmente imágenes de elaboración propia de la USC en relación a los contenidos difundidos junto con un pie explicativo de la imagen mostrada, mientras que en X, como norma general, se combina un texto informativo explicativo a modo introductorio junto con una imagen y un enlace que amplíe la explicación inicial

119.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es correcta en relación a la cabecera del perfil de la USC en X?:

- A) En la imagen identificativa del perfil se incluye el logo de la USC y en la imagen destacada de portada una foto sobre actividades, temas o momentos significativos de la actividad universitaria
- B) En la imagen identificativa del perfil se incluye el *sigilum* de la USC y en la imagen destacada de portada una vista general de uno de los campus
- C) En la imagen identificativa del perfil se incluye el logo de la USC (incluyendo el *sigilum*) y en la imagen destacada de portada una vista general de uno de los campus

120.-El premio 'Luís Porteiro Garea' distingue la iniciativa, el trabajo o la trayectoria de aquellas personas, entidades o colectivos de la USC (estudiantado, personal de administración y servicios, personal docente e investigador), que hayan contribuido a la normalización de la lengua gallega en la propia USC. ¿Cuáles de las siguientes relaciones de personas han sido reconocidas con el premio?

- A) Ricardo Antelo, José Ramón Gómez y Antonia Costa
- B) Roberto Rigueiro, Salomé Barbado y Mariló Cabo
- C) Manuel Bermejo Patiño, Xosé Antón Gómez Segade y Marilar Jiménez Aleixandre

PREGUNTAS DE RESERVA

121.- La red social en la que la USC tiene más número de seguidores a día de hoy es:

- A) Facebook
- B) Twitter
- C) LinkedIn

122.- Disponemos de una cámara réflex Nikon D5600 con un objetivo 18-140 mm. Para realizar un retrato de primer plano al rector para su publicación en un libro, ¿cuál es la distancia focal que deberíamos escoger?

- A) 35 mm
- B) 55 mm
- C) 105 mm

123.-El III Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la USC tiene vigencia hasta el año:

- A) 2024
- B) 2025
- C) 2026

124.- Con la aparición de la revista *Blanco y Negro*, fundada por Torcuato Luca de Tena, la fotografía queda plenamente integrada en la prensa. ¿En qué año fue?

- A) 1891
- B) 1975
- C) 1900

125.-Si se quiere realizar una grabación multicámara de manera sincronizada para facilitar posteriormente la labor de edición o montaje se optará por el código de tiempos:

- A) Rec-Run
- B) Free-Run
- C) Runtastic