



1. ¿Cuál es la definición de servicio público?
- A) Entidad del Estado peruano cuyo objetivo es la prestación y satisfacción de una necesidad pública
 - B) Persona jurídica que ejerce la defensa y la atención centralizada de servicios a la ciudadanía
 - C) Prestación de la administración directa o indirecta cuyo objetivo es la satisfacción de una necesidad pública *
 - D) Prestación indirecta de un servicio público y privado

Referencia bibliográfica: El Derecho Administrativo
https://www.gordillo.com/pdf_tomo8/capitulo03.pdf

2. Según la *Guía para el Planeamiento Institucional* del CEPLAN, ¿cuál es la definición de plan estratégico institucional?
- A) Instrumento de gestión que identifica la estrategia de la entidad para lograr sus objetivos de política *
 - B) Instrumento de gestión que orienta la necesidad de recursos para implementar la identificación de la estrategia institucional
 - C) Documento que integra los objetivos, acciones estratégicas institucionales y el presupuesto de la entidad
 - D) Documento que proyecta y describe el presupuesto de la entidad

Referencia bibliográfica: Guía para el Planeamiento Institucional-CEPLAN-Glosario

3. De acuerdo con lo establecido en el Decreto Legislativo N° 1412 que aprueba la Ley de Gobierno Digital, ¿qué es un canal digital?
- A) Es aquel que se provee, de forma total o parcial, a través de Internet u otra red equivalente, que se caracteriza por ser automático, no presencial y utilizar de manera intensiva las tecnologías digitales.
 - B) Es el dominio o ámbito habilitado por las tecnologías y dispositivos digitales, generalmente interconectados a través de redes de datos o comunicación, incluyendo el Internet.
 - C) Es el medio de contacto digital que disponen las entidades de la administración pública a los ciudadanos y personas en general para facilitar el acceso a toda la información institucional y de trámites. *
 - D) Es aquel que hace uso de las tecnologías digitales y ejerce sus deberes y derechos en un entorno digital seguro.

Referencia bibliográfica: Numeral 4 artículo 3 del Decreto Legislativo N° 1412 Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Gobierno Digital – Definiciones.

4. ¿Cuál es la definición de tono de comunicación?
- A) Es el tono, la entonación y canal a través del cual se transmite el mensaje.
 - B) Es la expresión de la marca en relación con los activos intangibles y modelos de comunicación vigentes.
 - C) Es un proceso de comunicación establecido en publicidad, *marketing* y relaciones públicas.
 - D) Es la forma en que se expresa la marca, el modo cómo transmite su personalidad, bajo un tono que se adapta a cada situación particular. *

Referencia bibliográfica: Sergio Baeza, 2020.



5. Según el Decálogo dircom, el director de Comunicación es también quien tiene que velar por el incremento del capital de activos intangibles, los cuales son
- A) la marca, la imagen, reputación y crisis corporativa.
 - B) la notoriedad, la marca, la imagen y la reputación corporativa. *
 - C) la marca, la imagen, las relaciones públicas y crisis corporativa.
 - D) la notoriedad, la marca y el posicionamiento institucional.

Referencia bibliográfica: El Decálogo del DIRCOM

<https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2021/03/decalogo-dircom.pdf>

6. Según James Gruning, padre de las relaciones públicas modernas, ¿cuáles son los modelos de comunicación de las relaciones públicas modernas?
- A) Agente prensa, información pública, simétrico bidireccional y asimétrico bidireccional *
 - B) Agente prensa, relaciones públicas, simétrico bidireccional y asimétrico bidireccional
 - C) Agente prensa, relaciones públicas, comunicación interna y comunicación externa
 - D) Información pública, opinión pública, relaciones públicas y comunicación corporativa

Referencia bibliográfica: Introducción a las Relaciones Públicas

https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf

7. ¿Qué es un ecosistema digital?
- A) Es el conjunto de especies que interactúan entre sí dentro de un contexto de comunicación determinado.
 - B) Es un proceso de comunicación que impulsa el tráfico y posicionamiento de las plataformas digitales.
 - C) Es un proceso o entorno caracterizado por tácticas digitales que permiten mejorar ideas de campañas publicitarias, generar tráfico de información, generar *leads*, conseguir objetivos de proyectos del *marketing* y propiciar las ventas y el posicionamiento. *
 - D) Comprende el conjunto de tácticas digitales para impulsar el tráfico y audiencia en el portal web.

Referencia bibliográfica: Transformación Digital, ¿Qué es un ecosistema digital? La clave para el éxito de tu marca

<https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/ecosistema-digital/>
<https://www.blog.hubspot.es/marketing/como-armar-tuecosistema-digital>



8. ¿Cuál es la funcionalidad del ecosistema digital?

- A) Genera espacios para la retroalimentación e interacción, fortaleciendo la empatía, vínculo y conexión con los públicos estratégicos.
- B) Permite una mayor visibilidad de marca, así como más puntos de contacto (desde dónde se atraen *leads* y se activan los clientes), generando comunidades e identificando más claramente a la audiencia. *
- C) Impulsa la formulación de estrategias de marca, alineado al ecosistema digital.
- D) Transmite fundamentalmente el mensaje a través de todos los canales digitales.

Referencia bibliográfica: Transformación Digital, ¿Qué es un ecosistema digital? La clave para el éxito de tu marca
<https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/ecosistema-digital/>
<https://www.blog.hubspot.es/marketing/como-armar-tuecosistema-digital>

9. ¿En qué consiste el *branding*?

- A) Es la gestión que se centra en posicionamiento y las relaciones públicas.
- B) Es la gestión que se centra en hacer conocida y deseada una marca, y ejercer una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores. *
- C) Es la estrategia que consolida la imagen y buena gobernanza de las entidades públicas.
- D) En la gestión de la información pública y buena gobernanza.

Referencia bibliográfica: Universidad Central de Catalunya. ¿Qué es el branding y cuál es su objetivo?
<https://www.elisava.net/es/noticias/que-es-branding>

10. ¿Qué es una conversión en comunicación digital?

- A) Es el corazón de la marca, tanto vital como emocional.
- B) Constituye el panorama digital que integra los diferentes indicadores o KPI
- C) Es la integración del portal web y el objetivo de la estrategia digital.
- D) Es el objetivo que queremos lograr con cada una de nuestras estrategias de *marketing* digital. *

Referencia bibliográfica: Erick Pardo, Consultor SEO, ¿Qué es una conversión?
<https://www.erickpardo.com/que-es-una-conversion/>

11. ¿Qué es la comunicación unidireccional?

- A) Es un tipo de comunicación en el cual el flujo comunicacional se transmite de emisor a receptor y de receptor a emisor.
- B) Es un flujo comunicacional que se caracteriza por utilizar diversos canales de comunicación.
- C) Es un tipo de comunicación interna que se transmite de emisor a receptor.
- D) Es un tipo de comunicación en el cual el flujo comunicacional solo se transmite de emisor a receptor. *

Referencia bibliográfica: Todo sobre comunicación. Tipos de comunicación.
<https://todosobrecomunicacion.com/comunicacion-unidireccional/>



12. El modelo de comunicación simétrico bidireccional, según James Gruning, se caracteriza por
- A) ser el proceso comunicativo planteado por la organización-emisor; el público ejerce como receptor de estos mensajes.
 - B) la comunicación fluye desde las organizaciones a los públicos, se presta mayor atención en que la información difundida sea válida, evitando los datos falsos o rumores.
 - C) ser un modelo de comunicación que promueve un entendimiento mutuo, donde la comunicación pasa a ser bidireccional, es decir, de doble flujo. *
 - D) promover una comunicación con el fin de la persuasión; cuanto mayor sea la visibilidad mediática de nuestra organización, mejor serán los resultados.

Referencia bibliográfica: Introducción a las Relaciones Públicas
https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf

13. ¿En qué consiste el proceso Search Engine Optimization?
- A) Impulsa la optimización del contenido de un sitio web con el fin de incrementar el tráfico orgánico y aparecer en los primeros resultados de búsqueda, dando mayor visibilidad al portal web. *
 - B) Es el conjunto de estrategias que se emplea para aumentar la autoridad de los canales digitales de una empresa en los buscadores, integrando anuncios de publicidad en línea a las acciones de posicionamiento orgánico.
 - C) Constituye el conjunto de indicadores clave; es un medidor de desempeño o indicador clave de rendimiento, con el que se mide el nivel de rendimiento de un proceso.
 - D) Es la óptima estrategia de *marketing* digital y de pago de buscadores.

Referencia bibliográfica: Glosario de Términos del Marketing Digital
https://platzi.com/clases/2314-terminos-marketing-digital/37583-que-es-seo-posicionamiento-en-buscadores/?gclid=Cj0KCCQiAkMGcBhCSARIsAIW6d0CoyqSoT1ZoYoCf_OnXdl eO0e9UfZvZDvw7HI23HOGmdqkDpejMFSgaAgZ2EALw_wcB&gclsrc=aw.ds

14. ¿Cuál es la definición de Key Performance Indicators (KPI)?
- A) Indicadores de gestión y política nacional determinados en relación con objetivos estratégicos.
 - B) Indicadores claves de desempeño no solo aplicados al *marketing*; están directamente relacionados con un objetivo fijado y expresado en valores porcentuales. *
 - C) Indicadores únicamente aplicados para la medición de las estrategias de *marketing*.
 - D) Indicadores y metas para la medición de la gestión por resultados.

Referencia bibliográfica: Digital Talent
<https://www.isdi.education/es/blog/que-es-un-kpi-y-para-que-sirve>



15. ¿Qué características tienen los Key Performance Indicators (KPI)?

- A) Estimable, medible, relevante, periódico, exacto
- B) Ejecutable, medible, relevante, periódico, exacto
- C) Medible, relevante, periódico, exacto
- D) Alcanzable, medible, relevante, periódico, exacto *

Referencia bibliográfica: Digital Talent

<https://www.isdi.education/es/blog/que-es-un-kpi-y-para-que-sirve>

16. ¿Cuál es la definición de buena gobernanza?

- A) Proceso político que garantiza y dirige los asuntos públicos, políticos y participación ciudadana
- B) Proceso político que garantiza la defensa de los derechos humanos y la transparencia en el sector público
- C) Proceso por el cual las instituciones públicas dirigen los asuntos públicos, gestionan los recursos comunes y garantizan la realización de los derechos humanos mediante una actuación libre de abuso y corrupción, y con el debido respeto hacia el estado de derecho *
- D) Proceso de lucha contra la corrupción e impulso de la integridad pública

Referencia bibliográfica: Naciones Unidas de Derechos Humanos

[https://www.ohchr.org/es/good-](https://www.ohchr.org/es/good-governance#:~:text=La%20buena%20gobernanza%20es%20el,hacia%20el%20Estado%20de%20Derecho.)

[governance#:~:text=La%20buena%20gobernanza%20es%20el,hacia%20el%20Estado%20de%20Derecho.](https://www.ohchr.org/es/good-governance#:~:text=La%20buena%20gobernanza%20es%20el,hacia%20el%20Estado%20de%20Derecho.)

17. Son elementos comunes de las situaciones de crisis en las organizaciones:

- A) sorpresa, atención mediática, repercusión social, afectación al público interno, interés de los poderes públicos, urgencia, buena imagen de las víctimas, afectación a la imagen organizativa. *
- B) sorpresa, atención mediática, riesgo reputacional y afectación a la imagen organizativa.
- C) sorpresa, repercusión social, afectación al público interno y externo, impulso de la reacción de los poderes públicos, afectación a la imagen organizativa.
- D) riesgo reputacional, afectación de la imagen organizativa, generación de zozobra y letargo en la reacción y respuesta.

Referencia bibliográfica: Introducción a las Relaciones Públicas

https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf

18. Considerando que las organizaciones definen acciones que permiten anticiparse a situaciones conflictivas, un proceso cíclico de las relaciones públicas en crisis prevé

- A) previsión de crisis, crisis, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación, pronunciamiento legal y político, evaluación.
- B) previsión de crisis, crisis, evaluación del riesgo, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación, evaluación.
- C) previsión de crisis, crisis, evaluación del riesgo, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación, retroalimentación.
- D) previsión de crisis, crisis, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación, evaluación. *

Referencia bibliográfica: Introducción a las Relaciones Públicas

https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf



19. El Inbound Government es una reciente aplicación de la metodología Inbound Marketing a la comunicación institucional de las administraciones públicas, la cual busca
- A) únicamente atraer, convertir, servir y deleitar a los ciudadanos(as).
 - B) atender a los ciudadanos, atraer a los ciudadanos, medir la eficiencia, mejorar la calidad, aumentar la interacción de los ciudadanos(as), complacer a los ciudadanos(as). *
 - C) analizar las principales temáticas para convocar la participación de los ciudadanos, atraer sus opiniones y evaluar sus reacciones.
 - D) analizar los espacios de comunicación digital para así convocar la participación de los ciudadanos(as), atraer sus opiniones y evaluar sus reacciones.

Referencia bibliográfica: Metodología *Inbound Government*
<https://www.estentor.es/inbound-government/>

20. Según la *Guía para el Planeamiento Institucional* del CEPLAN, el(la) _____ «es una expresión cuantitativa construida a partir de variables cuantitativas o cualitativas».
- A) Proceso
 - B) Indicador *
 - C) Acción estratégica
 - D) Meta física

Referencia bibliográfica: *Guía para el Planeamiento Institucional* de CEPLAN