



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

Referencia bibliográfica: El Derecho Administrativo  
[https://www.gordillo.com/pdf\\_tomo8/capitulo03.pdf](https://www.gordillo.com/pdf_tomo8/capitulo03.pdf)

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

Referencia bibliográfica: Guía para el planeamiento institucional (CEPLAN)-Glosario

3. Según lo establecido en el Decreto Legislativo N° 1412 que aprueba la Ley de Gobierno Digital, ¿qué es un canal digital?
- A) Es aquel provisto 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 las entidades de la administración pública ponen a disposición 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 a los activos intangibles y modelos de comunicación vigentes.
  - C) Es un proceso de comunicación establecido en publicidad, *marketing* y relaciones públicas.
  - D) La forma en que se expresa la marca, el modo como transmite su personalidad, bajo un registro que se adapta a cada situación particular. \*



Referencia bibliográfica: Sergio Baeza, 2020

5. Según el Decálogo del 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, la reputación y la crisis corporativa.
  - B) la notoriedad, la marca, la imagen y la reputación corporativa. \*
  - C) la marca, la imagen, las relaciones públicas y la 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 el Decálogo dircom, ¿cuáles son las etapas de un Plan Estratégico de Comunicación Corporativa?
- A) Investigación preliminar, estrategia, plan de acción, control de la eficiencia y evaluación de la eficacia del plan de acción \*
  - B) Investigación, plan operativo, hoja de ruta y riesgo
  - C) Estrategia comunicativa, investigación y plan de integridad
  - D) Plan de comunicación, presupuesto, hoja de ruta y plan de acción

Referencia bibliográfica: Decálogo dircom, numeral 3

7. ¿Cuál es el significado de la *conversión* en comunicación digital?
- A) Es el corazón de la marca, tanto vital como emocional.
  - B) Es el panorama digital que integra los diferentes indicadores o KPI.
  - C) Es el objetivo que queremos lograr con cada una de nuestras estrategias de *marketing* digital. \*
  - D) Es la integración del portal web y el objetivo de la estrategia digital.

Referencia bibliográfica: Erick Pardo, Consultor SEO, ¿qué es una conversión?

<https://www.erickpardo.com/que-es-una-conversion/>

8. ¿Qué es la comunicación unidireccional?
- A) Es un tipo de comunicación en el cual el flujo comunicacional se transmite del emisor al receptor y del receptor al emisor.
  - B) Es un tipo de comunicación en el cual el flujo comunicacional solo se transmite del emisor al receptor. \*
  - C) Es un flujo comunicacional que se caracteriza por utilizar diversos canales de comunicación.
  - D) Es un tipo de comunicación interna que se transmite de emisor a receptor.

Referencia bibliográfica: Todo sobre comunicación. Tipos de comunicación.

<https://todosobrecomunicacion.com/comunicacion-unidireccional/>



9. La *buena gobernanza* consiste en el
- A) proceso político que garantiza y dirige los asuntos públicos, políticos y la participación ciudadana.
  - B) 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. \*
  - C) proceso político que garantiza la defensa de los derechos humanos y la transparencia en el sector público.
  - 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-governance#:~:text=La%20buena%20gobernanza%20es%20el,hacia%20el%20Estado%20de%20Derecho>

10. Las organizaciones definen acciones que permiten anticiparse a situaciones conflictivas; por ello, el proceso cíclico de las relaciones públicas en crisis está compuesto por
- A) previsión de crisis, crisis, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación, pronunciamiento legal-político y evaluación.
  - B) previsión de crisis, crisis, evaluación del riesgo, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación y evaluación.
  - C) previsión de crisis, crisis, evaluación del riesgo, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación y retroalimentación.
  - D) previsión de crisis, crisis, respuesta de la organización, comité de crisis, actuación y evaluación. \*

Referencia bibliográfica: Introducción a las relaciones públicas  
[https://www.uma.es/media/files/libropr\\_1.pdf](https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf)

11. Marque la opción correcta sobre el concepto de *reportaje periodístico*.
- A) Es un trabajo de índole periodístico, especialmente de orden cultural, social, económico y político. Su finalidad informativa se realiza con argumentos y descripciones técnicas, especializadas y literarias.
  - B) Es un relato periodístico cronológico de historias, testimonios, investigaciones y datos estadísticos que tienen como protagonistas solamente a los individuos acusados por corrupción, pertenecientes a un entorno en común del cual hay una historia de interés que contar y dar a conocer a la opinión pública.
  - C) El reportaje periodístico se elabora en función de un testimonio actual que permite al periodista narrar con palabras, imágenes, fotos y sensaciones todo tipo de acontecimiento de interés político desde el punto de vista de los afectados.
  - D) Es un género periodístico que contiene en su texto -o puede contener- todos y cada uno de los demás géneros. Es informativo, pero también incorpora elementos propios de los textos de opinión. Puede tratar de la actualidad, aunque también permite la inclusión de algún recurso creativo. \*



Referencia bibliográfica: El reportaje, texto informativo aglutinador de distintos géneros periodísticos.

<https://webs.ucm.es/info/especulo/numero34/reportaj.html>

**12.** ¿Cuál es el significado de *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) Es el conjunto de tácticas digitales básicas para impulsar el tráfico y audiencia en el portal web.

Referencia bibliográfica: Crehana. ¿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>

**13.** ¿Cuál es la funcionalidad del *ecosistema digital*?

- A) Permite una mayor visibilidad de marca, así como más puntos de contacto, desde donde se atraen *leads* y se activan los clientes, con lo cual se generan comunidades e identifican más claramente a la audiencia. \*
- B) Genera espacios para la retroalimentación e interacción, y fortalece la empatía, vínculo y conexión con los públicos estratégicos.
- 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: Crehana. ¿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>

**14.** «Es una expresión cuantitativa construida a partir de variables cuantitativas o cualitativas». Según la *Guía para el planeamiento institucional de CEPLAN*, la anterior definición corresponde al concepto de

- A) proceso.
- B) indicador. \*
- C) acción estratégica.
- D) meta física.

Referencia bibliográfica: *Guía para el planeamiento institucional de CEPLAN*



15. ¿Cuál es el objetivo principal de las relaciones públicas en una organización?

- A) Promover la demanda de productos y servicios
- B) Realizar campañas de prensa
- C) Consolidar y elaborar el manual de crisis
- D) Consolidar y proyectar la imagen de la organización \*

Referencia bibliográfica: Relaciones públicas y comunicación organizacional. Ejes de la comunicación. «Guías de conceptos y saberes».

16. El Sistema Nacional de Control está conformado por

- A) La Contraloría General de la República, las oficinas de integridad institucional y las sociedades de auditoría.
- B) La Contraloría General de la República, las oficinas de control institucional, las sociedades de auditoría y la Procuraduría de la Contraloría.
- C) la Contraloría General de la República, los órganos de control institucional y las sociedades de auditoría externa independientes. \*
- D) La Contraloría General de la República, los órganos de control institucional, las sociedades de auditoría y el Tribunal Superior de Responsabilidades Administrativas (TSRA).

Referencia bibliográfica: Artículo 13 de la Ley 27785, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Control y de la Contraloría General de la República

17. «Es la esencia de la organización, aquello que la hace única y diferente». La definición anterior corresponde al concepto de

- A) identidad corporativa. \*
- B) imagen corporativa.
- C) cultura corporativa.
- D) clima laboral.

Referencia bibliográfica: Villafane, Justo. *La gestión profesional de la imagen corporativa*

18. «Es la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa o manual de normas de uso que establece los procedimientos para aplicarla correctamente». La definición anterior corresponde al concepto de

- A) manual de identidad.
- B) imagotipo.
- C) logotipo.
- D) identidad visual. \*

Referencia bibliográfica: Villafane, Justo. *La gestión profesional de la imagen corporativa*



- 19.** Si consideramos la cantidad de asistentes a un evento institucional interno como un indicador de gestión, ¿a qué tipo de indicador corresponde?
- A) Indicador táctico
  - B) Indicador operativo o de resultado \*
  - C) Indicador estratégico
  - D) Indicador relacional

Referencia bibliográfica: Contenido de la sesión 4 del curso «Imagen y reputación corporativa», del Programa de Alta Especialización en Gestión Estratégica de la Comunicación Corporativa, Universidad de Lima, 2021

- 20.** En el marco de la tendencia de relaciones públicas 2.0, identifique el enunciado correcto.
- A) La comunicación digital debe gestionarse de forma separada porque es muy especializada.
  - B) La comunicación digital no debería concebirse como una parte independiente de la comunicación fuera de la red. \*
  - C) La estrategia comunicativa de la organización debe considerar a internet como el centro del ecosistema digital.
  - D) Internet no debe ser considerada como el centro de la estrategia comunicacional integral.

Referencia bibliográfica: Cristina Aced. “Relaciones públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital”