

TEMA 5: El pla de comunicació institucional

1. Quin és l'objectiu principal d'un pla de comunicació institucional?
 - a) Fer més atractiva la institució a les empreses privades
 - b) Regular la contractació de mitjans de comunicació
 - c) Planificar de manera estratègica la comunicació amb la ciutadania i grups d'interès
 - d) Evitar la participació del personal tècnic en la comunicació.
2. Quina característica defineix un bon pla de comunicació institucional?
 - a) És estàtic i s'aplica sempre igual
 - b) S'enfoca exclusivament en xarxes socials
 - c) És flexible i s'adapta a l'evolució del context i dels objectius
 - d) És un document de caràcter secret.
3. Quin element no pot faltar en el desenvolupament d'un pla de comunicació?
 - a) Un calendari d'esdeveniments esportius
 - b) La previsió de vacances del personal
 - c) L'anàlisi de públics i canals més adequats
 - d) Els resultats electorals més recents.
4. Com es du a terme el seguiment d'un pla de comunicació institucional?
 - a) Mitjançant entrevistes a personal intern únicament
 - b) Amb l'elaboració d'informes de valoració i indicadors de seguiment
 - c) Substituint-lo per un protocol d'emergència
 - d) Només si ho exigeix el pressupost anual.
5. Quina de les següents és una situació típica que requereix un pla específic de comunicació de crisi?
 - a) El llançament d'un nou servei cultural
 - b) Una incidència sanitària amb fort impacte mediàtic
 - c) Una reunió interna del personal tècnic
 - d) La celebració d'una jornada de portes obertes.
6. En la gestió comunicativa d'una crisi, quina és una estratègia recomanada?
 - a) Amagar informació per evitar alarma
 - b) Respondre només quan ho exigeixi un periodista
 - c) Comunicar de forma immediata, clara i amb fonts oficials
 - d) Deixar que la situació es calmi sola.
7. Quina d'aquestes afirmacions és certa sobre la comunicació de crisi?
 - a) Sempre s'ha de delegar en tercers
 - b) Ha de ser lenta i molt prudent
 - c) Ha d'incloure un portaveu clar, missatges consensuats i actualitzats
 - d) No és responsabilitat del departament de comunicació.
8. Què s'entén per "missatge clau" dins un pla de comunicació de crisi?
 - a) El resum d'informació confidencial per al govern
 - b) L'eslògan publicitari de la institució
 - c) La idea central que es vol transmetre amb claredat i coherència

- d) El conjunt de preguntes dels mitjans.
9. Quin és un error habitual en la comunicació institucional durant una crisi?
- a) Designar un portaveu oficial
 - b) Utilitzar un llenguatge planer i entenedor
 - c) Trigar massa a reaccionar públicament
 - d) Coordinar-se amb altres departaments.
10. Quan ha de preparar-se el protocol de comunicació de crisi dins una institució?
- a) Només quan apareix un problema greu
 - b) Abans de qualsevol situació potencialment crítica
 - c) Un cop s'ha rebut un requeriment legal
 - d) A iniciativa d'un periodista.
11. L'anàlisi DAFO permet conèixer la situació interna i externa d'una empresa per dissenyar l'estratègia en què es basarà la companyia per afrontar el seu futur a curt, mitjà i llarg termini. Què signifiquen aquestes sigles?
- a) Avanços, finalitats, diferències i obligacions.
 - b) Errors, encerts, fracassos i ocasions.
 - c) Oportunitats, debilitats, amenaces i fortaleces.
 - d) Diagnòstic, actuació, futur i objectius.
12. Les campanyes institucionals s'ajustaran sempre a les exigències derivades dels principis de:
- a) Interès general, lleialtat institucional, veracitat, transparència, eficàcia, responsabilitat, eficiència i austeritat en la despesa.
 - b) Interès general, lleialtat institucional, veracitat, transparència, eficàcia i responsabilitat.
 - c) Neutralitat política, objectivitat informativa, eficiència i sostenibilitat pressupostària.
 - d) Cap de les anteriors és correcta.
13. La comunicació institucional oscil·la entre l'esperit de servei públic i allò que l'experta María José Canel denomina:
- a) Campanya permanent.
 - b) Campanya visible.
 - c) Campanya identificable.
 - d) Campanya tàctica.