

ANEXO III

TEMARIO DE LA ESCALA ESPECIAL SUPERIOR DE SERVICIOS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Bloque I. Temario común.

I. Legislación General y Organización Pública

1. La Constitución Española de 1978. Estructura y contenido. La reforma de la Constitución. Derechos y deberes fundamentales. Su garantía y suspensión. El Tribunal Constitucional. Organización, composición y atribuciones. La Corona. Funciones constitucionales del Rey. Sucesión y regencia. El referendo. Las Cortes Generales. Composición y atribuciones del Congreso de los Diputados y del Senado. El presidente del Gobierno y el Consejo de ministros. Relaciones entre el Gobierno y las Cortes Generales. Designación, causas de cese y responsabilidad del Gobierno.
2. La organización de la Unión Europea: el Consejo Europeo, el Consejo y la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea.
3. Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
4. La Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario: Funciones del sistema universitario y autonomía de las universidades. Creación y reconocimiento de las universidades y calidad del sistema universitario. Organización de enseñanzas. Investigación y transferencia e intercambio del conocimiento e innovación. Cooperación, coordinación y participación en el sistema universitario. Universidad, sociedad y cultura. Internacionalización del sistema universitario. El estudiantado en el Sistema Universitario. El régimen específico de las universidades públicas.
5. Los Estatutos de la Universidad Autónoma de Madrid.
6. La protección de los datos de carácter personal en la Administración Pública. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
7. Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Ley 10/2019, de 10 de abril, de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid.

II. Derecho administrativo

8. El acto administrativo: concepto, clases y elementos. Eficacia y validez de los actos administrativos. Su motivación y notificación. Revisión, anulación y revocación.
9. Ley 39/2015, de 1 de octubre del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
10. Ley 40/2015, de 1 de octubre del Régimen Jurídico del Sector Público.
11. Los contratos del sector público: concepto y clases. Estudio de sus elementos. Su cumplimiento. La revisión de precios y otras alteraciones contractuales. Incumplimiento de los contratos del sector público. Los contratos regulados por la Ley de Contratos del Sector Público. Tipos. Características generales.

Código Seguro De Verificación	4A63-794E-7744P4259-746C	Fecha	10/12/2024
Firmado Por	Ernesto Fernandez Bofill Gonzalez - Gerente - Gerencia		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=4A63-794E-7744P4259-746C	Página	15/19



III. Gestión de personal

12. Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público.
13. Selección de personal. Los procesos selectivos en la Administración Pública. La Oferta de Empleo Público. Principios constitucionales. Adquisición y pérdida de la condición de funcionario público. Acceso al empleo público y provisión de puestos de trabajo de las personas con discapacidad.
14. Situaciones administrativas. Provisión de puestos de trabajo en la función pública. La carrera administrativa. Promoción interna. Formación y perfeccionamiento.
15. Derechos y deberes de los funcionarios. Incompatibilidades. Régimen disciplinario. El sistema de retribuciones de los funcionarios. Retribuciones básicas y complementarias. Indemnización por razón del servicio.
16. El personal laboral al servicio de las Administraciones Públicas. Los convenios colectivos en la Administración Pública. II Convenio Colectivo del Personal Laboral de las Universidades Públicas de la Comunidad de Madrid.

IV. Gestión académica

17. Marco de desarrollo de las enseñanzas universitarias oficiales de grado y de máster. Ordenación según su normativa. Ordenación de las enseñanzas oficiales de doctorado.
18. Precios Públicos de estudios universitarios conducentes a títulos oficiales y servicios de naturaleza académica en las universidades de la Comunidad de Madrid. Régimen de exenciones, bonificaciones y reducciones.

IV. Gestión económica

19. El presupuesto. Concepto y clases. La Ley General Presupuestaria: principios generales y estructura. Las Leyes de estabilidad presupuestaria. Las leyes anuales de presupuestos. Su contenido. El presupuesto del Estado. Contenido, elaboración y estructura. Desglose de aplicaciones presupuestarias.
20. El presupuesto de la Universidad Autónoma de Madrid: características y estructura. Elaboración, contenido y aprobación. Ingresos y gastos presupuestarios. Créditos iniciales y su financiación. Modificaciones presupuestarias.

Bloque II. Temario específico

1. La comunicación corporativa.
2. El gabinete de comunicación. Composición y objetivos.
3. DIRCOM: perfil y funciones. La impronta de las Direcciones de Comunicación en las empresas y las administraciones públicas.
4. Relaciones de un gabinete de comunicación con los medios de comunicación.
5. El dossier de prensa.
6. La comunicación externa. Concepto y objetivos.

Código Seguro De Verificación	4A63-794E-7744P4259-746C	Fecha	10/12/2024	
Firmado Por	Ernesto Fernandez Bofill Gonzalez - Gerente - Gerencia			
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=4A63-794E-7744P4259-746C		Página 16/19	

7. La noticia. Definición, características y elementos del titular. Estructura de la noticia.
8. El libro de estilo en los medios y en los gabinetes de comunicación.
9. Gabinete de crisis. Composición y funcionamiento.
10. Identidad e imagen corporativa. El manual de Identidad corporativa y su estructura.
11. La aplicación de los signos de identidad.
12. Lenguaje inclusivo y no sexista en la redacción informativa.
13. Los derechos de la información y la comunicación en la Constitución Española de 1978: las garantías y suspensión de estos derechos y libertades. Los derechos de la personalidad. La libertad de expresión y su regulación jurídica. Derecho al honor, intimidad y propia imagen, protecciones específicas. Nociones de información legítima, interés público y diligencia informativa.
14. Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen (ámbito civil). Código Penal: delitos contra el honor. Calumnias e injurias (ámbito penal).
15. Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, reguladora de la cláusula de conciencia de los profesionales de la información.
16. Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta: de la libertad de prensa e imprenta.
17. Los derechos de la información y la comunicación en el ámbito internacional y europeo: instrumentos normativos internacionales.
18. Ley General de Publicidad y Comunicación Institucional 29/2005, de 29 de diciembre: disposiciones generales. Planificación y ejecución de las campañas de publicidad de comunicación.
19. Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.
20. Ley de Propiedad Intelectual, Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril: de los derechos de autor. De los otros derechos de propiedad intelectual y de protección «sui generis» de las bases de datos. De la protección de los derechos reconocidos en esta ley.
21. Ley 2/2001, de 18 de abril, de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales de la Comunidad de Madrid: disposiciones generales. El contenido de la programación. Los operadores de cable y programadores independientes. El Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid y la Comisión técnica Audiovisual.
22. La estructura de la comunicación en España: principales grupos mediáticos. Evolución y tendencias actuales del periodismo de ámbito estatal.
23. Internet y su impacto en las prácticas periodísticas en el contexto de la comunicación.
24. La estructura de la comunicación en la Comunidad de Madrid: Principales medios de comunicación.
25. Las agencias informativas: estructura, funciones y rutinas productivas. P
26. Los estudios de audiencia en España: el estudio cuantitativo de las audiencias en la comunicación (EGM, OJD, audímetro, accesos IP y nuevas tecnologías. Medición en prensa, radio, televisión y publicaciones digitales.
27. La Radio. Redacción y locución: estilo radiofónico, inmediatez, precisión.
28. Herramientas de la comunicación: ruedas de prensa, comparecencias, declaraciones, entrevistas, tertulias, etc.
29. El estilo informativo: notas distintivas del estilo informativo. Normas prácticas.
30. La información: la noticia y el género periodístico información. Elementos para la valoración del contenido de la noticia.
31. El reportaje objetivo: rasgos distintivos del lenguaje en el reportaje. Tipos de reportaje y estructura, la entrevista y sus modalidades, reportajes especiales.
32. La valoración de las noticias. La reelaboración y documentación de los textos. Síntesis y condensación. Servicio de teletipo. Titulares y encabezamientos.

Código Seguro De Verificación	4A63-794E-7744P4259-746C	Fecha	10/12/2024
Firmado Por	Ernesto Fernandez Bofill Gonzalez - Gerente - Gerencia		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=4A63-794E-7744P4259-746C	Página	17/19



33. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas (I): Géneros y formatos en la información institucional.
34. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas (II): influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la comunicación institucional y en la organización de tareas.
35. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas (III): las relaciones de las instituciones públicas y los medios de comunicación: canales formales e informales.
36. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas (IV): preparación de encuentros de representantes institucionales con/en los medios de comunicación (nota de prensa, ruedas de prensa, intervenciones en medios de comunicación, entrevistas).
37. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas (V): la comunicación de acuerdos y acciones de gobierno. La figura del o de la portavoz.
38. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas (V): evaluación, análisis y seguimiento informativo. Documentación. Gestión de archivo.
39. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas (VI): Comunicación interna en las administraciones públicas.
40. El plan de comunicación: contenido, objetivos y cronograma de desarrollo.
41. Gestión de la comunicación en una situación de crisis institucional.
42. Comunicación preventiva frente a comunicación reactiva. Plan de comunicación de crisis.
43. La coordinación entre el gabinete institucional y el gabinete de comunicación en las entidades.
44. La comunicación en los actos/eventos institucionales.
45. El protocolo y sus relaciones con la comunicación en una administración: sinergias en la organización y difusión de eventos.
46. Planificación de medios según el público objetivo, la audiencia, cobertura e impactos. Factores que afecta a la elección de medios. Medios complementarios a los micro media.
47. Definición y características de la publicidad exterior. Capacidad de segmentación y de impactos. Tipos de soportes convencionales y nuevos soportes.
48. La información gráfica y audiovisual como soporte de la difusión informativa en una administración.
49. Fundamentos básicos sobre producción, realización y edición de contenidos informativos audiovisuales.
50. Internet y opinión pública: democratización, fragmentación, blogosfera. La irrupción de las tecnologías de la información y comunicación en el ámbito informativo.
51. De la sociedad de comunicación de masas a la sociedad de información.
52. La desinformación en la era de las fake news. Iniciativas contra las fake news.
53. Comunicación digital y aplicaciones en la comunicación corporativa: el impacto de la tecnología en la comunicación.
54. La comunicación digital institucional: conceptos.
55. Las redes sociales (I): Origen y desarrollo: de la web 1.0 a la web 2.0. La aplicación de las redes sociales en la Administración pública.
56. Las redes sociales (II): Las redes sociales en la Universidad Autónoma de Madrid. Origen. Guías de estilo.
57. Cómo gestionar una comunidad virtual: concepto, pilares y obstáculos. Fases en la construcción de una comunidad.
58. Identidad y reputación online. La escucha activa. Herramientas de análisis y monitorización.
59. Otras herramientas de comunicación digital. Boletines digitales, mensajería instantánea y RSS. Concepto y utilidad. Funcionalidades más importantes.

Código Seguro De Verificación	4A63-794E-7744P4259-746C	Fecha	10/12/2024
Firmado Por	Ernesto Fernandez Bofill Gonzalez - Gerente - Gerencia		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=4A63-794E-7744P4259-746C	Página	18/19



60. La web institucional. Características principales: interactividad, diseño, usabilidad y accesibilidad. Buscadores y posicionamiento web.
61. Reglas para la elaboración de contenidos de SEO. Estrategias en las instituciones públicas para la optimización de resultados en los motores de búsqueda.
62. Fuentes de información y buscadores: Las fuentes de información y sus tipos. Los buscadores y sus tipos. Índices de búsqueda. Motores de búsqueda. Funcionamiento de un buscador. Estrategias de búsqueda.
63. La actividad publicitaria de las universidades: instrumento de comunicación adaptado al servicio público. Objetivos, herramientas, implicaciones, necesidades.
64. Herramientas para la creación de páginas web: WordPress. Concepto y utilidad.
65. Manejo de la herramienta Photoshop: Funcionalidades básicas para la edición de fotografías.
66. Manejo del Adobe Premiere: Funcionalidades básicas para la edición de videos.
67. Los gabinetes de comunicación universitarios en España. Objetivos y funciones. Medios utilizados. Implantación en las universidades españolas.
68. La AUGAC y la sectorial de Comunicación de la CRUE.
69. Medios especializados. Los medios locales. Difusión de noticias universitarias.
70. El plan de medios en la UAM.
71. La comunicación audiovisual en la era digital. La integración de los contenidos audiovisuales en la estrategia de comunicación institucional universitaria.
72. La fotografía en el diseño gráfico. La importancia de la imagen. La gestión estratégica de la marca de la universidad.
73. Plataformas CMS. Sistema de gestión de contenido Oracle para la universidad.
74. La Unidad de Comunicación e Imagen Institucional de la UAM como servicio trasversal. Composición, objetivos y funciones.
75. La web de la UAM como herramienta de comunicación. Objetivos, estructura, públicos, contenidos.
76. El papel de la comunicación interna en la UAM: Canales. Listas de distribución.
77. Tipos de públicos y roles en la comunicación interna de la universidad.
78. El papel de la Unidad de Comunicación en los actos de la universidad.
79. Las Redes Sociales de la UAM. La función del community manager. Uso de las principales redes sociales
80. UAM App. Objetivos. Funcionamiento. Contenidos.
81. El periodismo científico: rigor informativo y divulgación del saber. La Unidad de Cultura Científica de la UAM.

Código Seguro De Verificación	4A63-794E-7744P4259-746C	Fecha	10/12/2024
Firmado Por	Ernesto Fernandez Bofill Gonzalez - Gerente - Gerencia		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=4A63-794E-7744P4259-746C	Página	19/19

