

8.4. El Tribunal, una vez constituido, acordará la fecha, lugar y hora para realizar el primer ejercicio, y lo anunciará en el «Boletín Oficial del Estado» al menos con quince días de antelación.

8.5. Si en el transcurso del procedimiento selectivo llegara a conocimiento del Tribunal que alguno de los aspirantes carece de los requisitos necesarios para participar en la convocatoria, será excluido de la misma, previa audiencia del interesado, y se dará cuenta a la jurisdicción ordinaria si se descubriera inexactitud en la declaración formulada.

8.6. El comienzo de los ejercicios no podrá exceder de ocho meses al tiempo comprendido entre la publicación de la convocatoria y el comienzo de los mismos.

7. CALIFICACION DE LOS EJERCICIOS

7.1. Los ejercicios, que tendrán carácter eliminatorio, se calificarán de la siguiente manera:

Primer ejercicio:

Prueba A) Eliminatoria: Se calificará de cero a veinte puntos, siendo indispensable para aprobar obtener un mínimo de diez puntos. Se tendrá en cuenta, además de la velocidad desarrollada, la limpieza y exactitud de lo copiado, así como la presentación estética.

Prueba B) Eliminatoria: Se calificará de cero a diez puntos, con un mínimo de cinco para aprobar. Se tendrá en cuenta la corrección de lo transcrito y la ortografía.

Segundo ejercicio:

Prueba C) Se calificará de cero a diez puntos, con un mínimo de cinco puntos para aprobar.

7.2. Calificación final de la oposición: Vendrá determinada por la suma de todas las calificaciones parciales, siendo necesario obtener un mínimo de veinte puntos entre las tres pruebas obligatorias para aprobar la oposición.

Se valorarán, como méritos del concurso-oposición, los años de servicios en la siguiente forma:

Por cada año de servicios prestados en el Instituto Nacional de Publicidad, 0,50 puntos.

Por cada año de servicios prestados a la Administración Central, Institucional, Local o Servicios del Movimiento, 0,25 puntos.

a. LISTA DE APROBADOS Y PROPUESTA DEL TRIBUNAL

8.1. Finalizada la realización de los ejercicios de la oposición y la calificación de los mismos, el Tribunal calificador hará pública la relación de los aprobados por orden de puntuación y enviará dicha relación al Ilustrísimo señor Director del Instituto Nacional de Publicidad en propuesta de nombramiento a su favor como funcionarios de carrera.

8.2. Una vez publicada la lista mencionada en la norma anterior, los aspirantes aprobados deberán remitir a la Sección de Personal, dentro del plazo de treinta días, a partir de su publicación, los siguientes documentos:

a) Certificación de nacimiento expedida por el Registro Civil correspondiente.

b) Certificación del Registro Central de Penados y Rebeldes que justifique no haber sido condenado a penas que inhabiliten para el ejercicio de funciones públicas. Este certificado deberá ser expedido dentro de los tres meses anteriores al día en que termine el plazo fijado por el párrafo primero de esta norma.

c) Certificado médico acreditativo de no padecer enfermedad contagiosa ni defecto físico que imposibilite para el servicio. Este certificado deberá ser expedido necesariamente por las Jefaturas Provinciales de Sanidad.

d) En el caso de los aspirantes femeninos, certificación acreditativa de haber cumplido el Servicio Social o de estar exenta del mismo, con mención de la fecha en que fue realizado, que no podrá ser posterior a la terminación del plazo señalado en el principio de esta norma.

e) Los aspirantes aprobados comprendidos en la Ley de 17 de julio de 1947 deberán presentar los documentos acreditativos de las condiciones que les interesa justificar.

8.3. Los que tuvieren la condición de funcionarios públicos estarán exentos de justificar documentalmente las condiciones y demás requisitos ya aprobados para obtener su anterior nombramiento, debiendo presentar certificación del Ministerio u Organismo del que dependiere para acreditar su condición y aquellas circunstancias que obran en su hoja de servicios.

8.4. Quienes dentro del plazo indicado, y salvo casos de fuerza mayor, no presentaran su documentación, no podrán ser nombrados, quedando anuladas sus actuaciones sin perjuicio de la responsabilidad en que hubieran podido incurrir por falsedad en la instancia.

6. NOMBRAMIENTO Y TOMA DE POSESION

9.1. Aprobada por el Director del Instituto Nacional de Publicidad la propuesta de nombramiento formulada por el Tribunal, y finalizado el plazo de presentación de documentos, se extenderán los correspondientes nombramientos de carrera a favor de los interesados, los cuales habrán de ser aprobados me-

dante Orden ministerial, según determina el artículo 6.º 5.º del Estatuto del Personal al Servicio de Organismos Autónomos, cuyos nombramientos se publicarán en el «Boletín Oficial del Estado».

9.2. En el plazo de un mes, a contar de la notificación del nombramiento, deberán los aspirantes tomar posesión de su cargo y cumplir los requisitos del artículo 15 del mencionado Estatuto.

10. NORMA FINAL

La convocatoria y sus bases y cuantos actos administrativos se deriven de ésta y de la actuación del Tribunal podrán ser impugnados por los interesados en los casos y en la forma establecidos en la Ley de Procedimiento Administrativo.

Madrid, 20 de abril de 1974.—El Director, Calleja González-Carmino.

ANEXO

Organización administrativa

1. El Estado. Evolución histórica de su concepto. Estado y sociedad.
2. El Estado español: sus principios políticos. Las Leyes Fundamentales. Su significado y carácter.
3. Principales derechos y deberes reconocidos en el Fuero de los Españoles. Principales declaraciones del Fuero del Trabajo.
4. La organización del Estado español. La Jefatura del Estado. La sucesión a la Jefatura del Estado. El Consejo del Reino.
5. La función legislativa. Las Cortes Españolas. El referéndum. El Consejo Nacional. El Recurso de Contrfuero.
6. La organización judicial española: sus principales características.
7. El Gobierno. El Presidente del Gobierno. Los Vicepresidentes y los Ministros. El Consejo de Ministros y las Comisiones Delegadas.
8. La Administración Pública: concepto y clases. Las funciones administrativas.
9. Organos centrales de la Administración Pública. La división ministerial española. Idea general de las funciones de los Departamentos ministeriales.
10. La Administración Local. La provincia. Los Gobernadores civiles. La Diputación Provincial. Las Comisiones Provinciales de Servicios Técnicos. El Municipio. Las Entidades locales menores. Agrupaciones municipales forzosas y Mancomunidades voluntarias.
11. La Administración Institucional. Figuras que comprende. Los Organismos autónomos. Servicios Administrativos sin personalidad y Empresas nacionales.
12. La Administración Consultiva: características y clases. El Consejo de Estado. El Consejo Nacional. Otros organos consultivos.
13. Procedimiento administrativo: concepto y clases. Idea general de la iniciación, desarrollo y terminación del procedimiento administrativo. Los recursos administrativos. Idea general del procedimiento contencioso-administrativo.
14. Los funcionarios públicos: concepto. Estructura de la Función Pública española. Derechos y deberes. La Dirección General de la Función Pública y la Comisión Superior de Personal.
15. Las Escuelas de Administración. La Escuela Nacional de Administración Pública. Regulación, organización y funciones.
16. La responsabilidad de la Administración. La responsabilidad civil, penal y administrativa de los funcionarios públicos. Régimen disciplinario. Tribunal de Honor.
17. El Instituto Nacional de Publicidad y su Reglamento.
18. La Subdirección General de Actividades Publicitarias.
19. El Estatuto de la Publicidad.
20. El concepto de la publicidad. Teoría de la publicidad.
21. Fundamento práctico de la estrategia publicitaria. El productor, el consumidor y el mercado.
22. Los anunciantes. Las Agencias de publicidad. Los Medios publicitarios.
23. Las relaciones públicas.

NOTA: El modelo de solicitud que se cita en la base 3 se publica en las páginas 8793 y 8794 de este Boletín.

8764

RESOLUCION del Instituto Nacional de Publicidad por la que se convocan pruebas selectivas restringidas para cubrir cuatro plazas vacantes de Técnicos en las plantillas de dicho Organismo.

Vacantes cuatro plazas de Técnicos del Organismo autónomo Instituto Nacional de Publicidad del Ministerio de Información y Turismo, de conformidad con lo previsto en la Ley sobre Régimen Jurídico de las Entidades Estatales Autónomas de 28 de diciembre de 1958, cumplido el trámite preceptivo de su aprobación por la Presidencia del Gobierno, según determina el artículo 6.º 2.º del Estatuto de Personal al servicio de los Organismos Autónomos, aprobado por Decreto 2643/1971, de 23 de julio, se resuelve cubrir las de acuerdo con las siguientes

Bases de convocatoria

1. NORMAS GENERALES

1.1. Se convocan cuatro plazas de Técnicos dotadas en la plantilla presupuestaria del Instituto Nacional de Publicidad, percibiendo sus retribuciones de acuerdo con el Decreto 157/1973, de 1 de febrero.

1.2. La selección de los aspirantes se regulará por lo previsto en la disposición transitoria primera del Estatuto del Personal al servicio de los Organismos Autónomos, lo dispuesto en el Reglamento General para ingreso en la Administración Pública y las normas de esta resolución.

1.3. Los aspirantes que obtengan las plazas convocadas por la presente resolución estarán sometidos al régimen de incompatibilidades que determina el artículo 53 y concordantes del Decreto 2043/1971 por el que se aprueba el Estatuto del Personal al servicio de los Organismos Autónomos, y no podrán simultáneas el desempeño de tales plazas con cualquier otra de la Administración centralizada o autónoma del Estado y Local.

1.4. La selección de los aspirantes se realizará mediante el sistema de oposición restringida, que constará de los ejercicios que se especifican en la base 3.6.

2. CONDICIONES DE LOS ASPIRANTES

Para ser admitidos a las prácticas de las pruebas selectivas será necesario reunir los requisitos siguientes:

- a) Ser español.
- b) Tener cumplidos los dieciocho años de edad en el día en que finalice el plazo de presentación de solicitudes.
- c) Estar en posesión del título superior universitario de Escuela Técnica Superior.
- d) No padecer enfermedad o defecto físico que impida el desempeño de las correspondientes funciones.
- e) No haber sido separado, mediante expediente disciplinario, del servicio del Estado en cualquiera de sus esferas, de la Administración Institucional o Local ni hallarse inhabilitado para el ejercicio de funciones públicas.
- f) Carecer de antecedentes penales por la comisión de delitos dolosos.
- g) Los aspirantes femeninos, haber realizado el Servicio Social antes de finalizar el plazo de los treinta días señalados para la presentación de documentos.
- h) Haber sido clasificado por la Presidencia del Gobierno dentro de los grupos b) o d) de la disposición transitoria primera del Estatuto de Personal al Servicio de los Organismos Autónomos, habiendo prestado servicios ininterrumpidos en el Instituto Nacional de Publicidad, por un período superior a dos años, el 4 de septiembre de 1971 y continuar prestandolos hasta la celebración de las pruebas selectivas.

3. SOLICITUDES

3.1. Los que deseen tomar parte en las pruebas selectivas deberán hacer constar en su solicitud, según modelo adjunto, por duplicado, lo siguiente:

- a) Manifiestar que reúnen todos los requisitos exigidos por la convocatoria.
- b) Comprometerse, en caso de obtener plaza, a jurar acatamiento a los Principios Fundamentales del Movimiento Nacional y demás Leyes Fundamentales del Reino.

3.2. Las solicitudes se dirigirán al Director del Instituto Nacional de Publicidad.

3.3. El plazo de presentación será de treinta días, contados a partir del siguiente al de la publicación de esta convocatoria en el «Boletín Oficial del Estado».

3.4. La presentación de solicitudes se hará en el Registro General del Instituto Nacional de Publicidad o en los lugares que determina el artículo 66 de la Ley de Procedimiento Administrativo. En el momento de la presentación de la instancia se acompañarán los documentos y justificantes acreditativos de los méritos a que se hace referencia en la norma 7.1 de esta convocatoria. El acreditativo de los relativos a los servicios prestados en el Instituto Nacional de Publicidad se acreditará mediante certificación expedida por el Secretario general de dicho Organismo.

3.5. Los derechos de examen para tomar parte en las pruebas selectivas serán de doscientas cincuenta pesetas.

3.6. El importe de dichos derechos se efectuará en la Habilitación del Instituto Nacional de Publicidad o bien por giro postal o telegráfico, haciéndose constar en la solicitud el número y fecha del ingreso.

3.7. De acuerdo con el artículo 71 de la Ley de Procedimiento Administrativo, se requerirá al interesado para que en el plazo de diez días subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos, apercibiéndole que si no lo hace se archivará su instancia sin más trámites.

4. ADMISION DE CANDIDATOS

4.1. Transcurrido el plazo de presentación de instancias, la Dirección del Instituto Nacional de Publicidad aprobará la lista provisional de admitidos y excluidos, relacionando el número de

su documento nacional de identidad respectivo, la cual se hará pública en el «Boletín Oficial del Estado».

4.2. Los errores de hecho que pudieran advertirse podrán subsanarse en cualquier momento de oficio o a petición del interesado.

4.3. Contra la lista provisional podrán los interesados interponer en el plazo de quince días, a partir del siguiente a su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», la reclamación prevista en el artículo 121 de la Ley de Procedimiento Administrativo.

4.4. Las reclamaciones serán aceptadas o rechazadas en la resolución que se publicará en el «Boletín Oficial del Estado», por la que se aprueba la lista definitiva. En el caso de que no se haya presentado reclamación alguna, la lista provisional adquirirá el carácter definitivo.

4.5. Contra la resolución definitiva podrán los interesados interponer recurso de alzada ante el Ministerio de Información y Turismo en el plazo de quince días.

5. DESIGNACION, COMPOSICION, Y ACTUACION DEL TRIBUNAL

5.1. El Tribunal calificador será designado por el Director del Instituto Nacional de Publicidad y se publicará en el «Boletín Oficial del Estado».

5.2. El Tribunal estará compuesto por los siguientes miembros:

Presidente: El Director del Instituto Nacional de Publicidad o, por delegación, el Secretario general del Organismo o alguno de los Jefes de Gabinete del mismo.

Vocales: Dos funcionarios del Instituto Nacional de Publicidad y del Ministerio de Información y Turismo, designados por el Director del organismo; un funcionario de la Subdirección General de Personal del Departamento, que actuará como Secretario; un Profesor de la Sección de Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Información y un funcionario de la Dirección General de la Función Pública. Se nombrarán tantos vocales suplentes como titulares.

5.3. Los miembros del Tribunal deberán abstenerse de intervenir, notificando a la autoridad cuando concurren circunstancias previstas en el artículo 20 de la Ley de Procedimiento Administrativo.

5.4. Los aspirantes podrán recusar a los miembros del Tribunal cuando concurren las circunstancias previstas en el artículo 20 de la Ley de Procedimiento Administrativo antes citado.

5.5. El Tribunal no podrá constituirse ni actuar sin la asistencia como mínimo de tres de sus miembros, titulares o suplentes, indistintamente.

6. DESARROLLO DEL PROCESO SELECTIVO

6.1. No podrá exceder de ocho meses el tiempo comprendido entre la publicación de la convocatoria y el comienzo de las pruebas selectivas.

6.2. El Tribunal, una vez constituido, acordará la fecha, hora y lugar en que darán comienzo las pruebas selectivas y lo publicará en el «Boletín Oficial del Estado» al menos con quince días de antelación. No será obligatoria la publicación de los sucesivos anuncios en el «Boletín Oficial del Estado», que deberán hacerse públicos por el Tribunal en los locales donde se hayan celebrado las pruebas.

6.3. El llamamiento de los aspirantes será único, quedando excluidos aquellos que no comparezcan, salvo en caso de fuerza mayor, debidamente justificada y libremente apreciada por el Tribunal.

6.4. El Tribunal podrá requerir en cualquier momento a los opositores para que acrediten su identidad.

6.5. Si en cualquier momento del procedimiento de selección llegase a conocimiento del Tribunal que alguno de los aspirantes carece de los requisitos exigidos en la convocatoria, se le excluirá de la misma, previa audiencia del propio interesado, pasando en su caso a la jurisdicción ordinaria si se apreciase inexactitud en la declaración que formuló.

6.6. Ejercicios: La oposición constará de dos ejercicios. El primero de ellos compuesto por tres pruebas escritas sobre el temario publicado como anexo a esta resolución, y que tendrá carácter eliminatorio y un ejercicio voluntario de Idiomas.

Prueba A) Derecho (Administrativo, Político y Publicitario).

Prueba B) La Economía y la Sociología aplicadas a la publicidad.

Prueba C) Publicidad.

Cada prueba consistirá en desarrollar por escrito, durante el plazo máximo de tres horas, un tema elegido de entre dos sacados por sorteo, puntuándose todas ellas de cero a diez puntos, siendo necesario obtener como mínimo cinco puntos para pasar al siguiente ejercicio.

El ejercicio de idiomas consistirá en una traducción directa sin diccionario y en una traducción inversa con diccionario o redacción sobre un tema propuesto por el Tribunal. Este ejercicio servirá de mérito.

También se valorarán, como méritos, los años de servicios en la siguiente forma:

Por cada año de servicios prestados en el Instituto Nacional de Publicidad, 0,50 puntos.

Por cada año de servicios prestados a la Administración Central, Institucional, Local o Servicios del Movimiento, 0,25 puntos.

7. CALIFICACIONES

7.1. El Tribunal calificará cada una de las pruebas de cero a diez puntos. La calificación definitiva se obtendrá sacando la media aritmética de las puntuaciones obtenidas en cada una de las mismas. Cada uno de los idiomas presentados voluntariamente se calificará igualmente de cero a diez puntos, sacándose la media si se presentara más de uno y añadiéndose a las calificaciones parciales de las pruebas obligatorias para sacar una media final. Para aprobar será preciso obtener cinco puntos en la calificación definitiva.

7.2. Dentro del desarrollo de la oposición, el Tribunal por mayoría de votos, resolverá todas las dudas que surjan en aplicación de las normas establecidas en esta resolución y lo que debe hacerse en los casos no previstos.

8. LISTA DE APROBADOS Y PROPUESTA DEL TRIBUNAL

8.1. Terminada la calificación de los aspirantes, el Tribunal publicará relación de aprobados por orden de puntuación, no pudiendo rebasar éstos el número de plazas convocadas.

8.2. El Tribunal elevará la relación de aprobados a la Dirección del Instituto Nacional de Publicidad para que ésta elabore propuesta de nombramiento como funcionario de carrera en favor de los mismos.

8.3. Juntamente con la relación de aprobados remitirá, a los exclusivos efectos del artículo 11.2 de la Reglamentación General para en el ingreso en la Administración Pública, el acta de la última sesión, en la que habrán de figurar por orden de puntuación correspondientes todos los opositores que hayan superado las pruebas de aptitud.

9. PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS

9.1. Los aspirantes aprobados presentarán en el Organismo convocante los documentos siguientes:

- a) Certificación de nacimiento expedida por el Registro Civil correspondiente.
- b) Copia autenticada o fotocopia (que deberá presentarse acompañada del original para su compulsal del título exigido o justificante de haber abonado los derechos para su expedición).
- c) Certificación del Registro Central de Penados y Rebeldes que justifique no haber sido condenado a penas que inhabiliten para el ejercicio de funciones públicas. Este certificado deberá ser expedido dentro de los tres meses anteriores al día en que termine el plazo señalado en el párrafo primero de la norma 9.2.
- d) Certificado médico acreditativo de no padecer enfermedad contagiosa ni defecto físico que imposibilite para el servicio. Este certificado deberá ser expedido por alguna de las Jefaturas Provinciales de Sanidad.
- e) En el caso de opositoras, el certificado definitivo de haber cumplido el Servicio Social o de estar exentas del mismo, con mención de la fecha en que finalizó que no podrá ser posterior a la terminación del plazo señalado en el párrafo de la norma 9.2.
- f) Los aspirantes aprobados comprendidos en la Ley de 17 de julio de 1947 deberán presentar los documentos acreditativos de las condiciones que les interesen justificar.

9.2. El plazo de presentación será de treinta días a partir de la publicación de la lista de aprobados.

En defecto de los documentos concretos, acreditativos de reunir las condiciones exigidas en la convocatoria, se podrán acreditar por cualquier medio de prueba admisible en derecho.

9.3. Los que tuvieran la condición de funcionarios públicos estarán exentos de justificar las condiciones y requisitos ya demostrados para obtener su anterior nombramiento, debiendo presentar certificación del Ministerio u Organismo de que dependan, acreditando su condición y cuantas circunstancias consten en su hoja de servicios.

9.4. Quienes dentro del plazo indicado, y salvo los casos de fuerza mayor, no presentarán su documentación, no podrán ser nombrados, quedando anuladas sus actuaciones sin perjuicio de la responsabilidad en que hubieran podido incurrir por falsedad en la instancia referida en el apartado 3. En este caso, la autoridad correspondiente formulará propuesta de nombramiento, según orden de puntuación de quienes, a consecuencia de la referida anulación, hubieran cabida en el número de plazas convocadas.

10. NOMBRAMIENTOS

10.1. Por la Dirección del Instituto Nacional de Publicidad se extenderán los correspondientes nombramientos de funcionarios de carrera a favor de los interesados, previa oportuna propuesta, que habrá de ser aprobada mediante Orden ministerial, según determina el artículo 8.5 del Estatuto del Personal al servicio de los Organismos Autónomos, y cuyos nombramientos se publicarán en el «Boletín Oficial del Estado».

11. TOMA DE POSESION

11.1. En el plazo de un mes, a contar de la notificación del nombramiento, deberán los aspirantes tomar posesión de sus cargos y cumplir con los requisitos del artículo 15 de Estatuto del Personal al Servicio de los Organismos Autónomos.

11.2. La Administración podrá conceder a petición de los interesados una prórroga del plazo establecido, que no podrá exceder de la mitad del mismo, si las circunstancias lo aconsejan y con ello no se perjudican los derechos de terceros.

12. NORMA FINAL

La convocatoria y sus bases y cuantos actos administrativos se deriven de ésta y de la actuación del Tribunal podrán ser impugnados por los interesados en los casos y en la forma establecidos en la Ley de Procedimiento Administrativo.

Lo que se hace público para general conocimiento.
Madrid, 20 de abril de 1974.—El Director, Calleja Gonzalez-Camino.

ANEXO

Prueba A: Derecho

Derecho administrativo

1. La Administración Pública.—La Administración, las funciones y los poderes del Estado, Administración y Gobierno.
2. Las fuentes del Derecho Administrativo.—Leyes Fundamentales y Leyes ordinarias.—Disposiciones del poder ejecutivo con valor de Ley; Decretos leyes y Leyes delegadas.
3. Las fuentes peculiares del Derecho Administrativo.—El Reglamento: Concepto y clases.—Reglamentos ilegales.—Instrucciones y circulares.—La práctica administrativa.
4. El principio de legalidad.—Lo discrecional y lo reglado. El control de la discrecionalidad.
5. La relación jurídico-administrativa.—Sujetos de la relación jurídico-administrativa: la personalidad jurídica de la Administración.—Capacidad jurídica de los entes públicos.—Los administrados.
6. El acto administrativo: concepto, clases y elementos.—Los llamados actos públicos.
7. El procedimiento administrativo.—Iniciación, ordenación, instrucción y terminación del procedimiento administrativo.—Referencia a los procedimientos especiales.
8. Ejecutoriedad y suspensión del acto administrativo.—La invalidez del acto administrativo: nulidad y anulabilidad.—Revocación del acto administrativo.
9. Formas de acción administrativa.—Examen del fomento y sus medios.
10. Teoría de la policía administrativa.—Manifestaciones del poder de policía.
11. El servicio público.—Formas de gestión de los servicios públicos.—Examen especial de la gestión directa.
12. Infracción jurídica concepto, elementos, reparación civil y penal.—La responsabilidad patrimonial de la Administración.—Los recursos en vía administrativa.—La jurisdicción contencioso-administrativa.—El recurso contencioso-administrativo.
13. La Administración Central.—Organos superiores de la Administración Central en España.—Jefatura del Estado.—El Consejo de Ministros.—Las Comisiones Delegadas del Gobierno.—El Presidente del Gobierno.—Vicepresidentes del Gobierno.—Ministros, Subsecretarios, Directores generales y Secretarios generales Técnicos.
14. La Administración Local: su concepto y evolución en España.—Entidades que comprende.—Relaciones entre la Administración Central y Local.
15. La Administración Institucional: concepto y clasificación de los entes públicos no territoriales.—Creación y extinción. Principios generales sobre su organización y funcionamiento.
16. La Administración consultiva: panorama general de la Administración consultiva española.—El Consejo de Estado en España.—Precedentes.—Regulación actual: composición.—Organización y atribuciones.
17. Los funcionarios de carrera.—Adquisición y pérdida de la condición de funcionarios.—Situaciones administrativas.—Derechos, deberes e incompatibilidades.—La responsabilidad de los funcionarios.—El Régimen disciplinario.—La selección, formación y perfeccionamiento de los funcionarios.—La movilidad, ascensos y traslados.
18. El Instituto Nacional de Publicidad: constitución.—Estructura.—Reglamento.

Derecho político

19. Derecho político: concepto y naturaleza.—Concepciones modernas.—Las formas políticas clásicas.—Los Estados oriental, griego, romano y medieval.
20. El Estado moderno.—Presupuestos ideológicos.—Las monarquías absolutas.—La crisis del Estado absoluto.—La revolución francesa.—El Estado liberal: fundamentos ideológicos.—La crisis del Estado liberal.—El Estado intervencionista.
21. Teoría del Estado.—Elementos constitutivos del Estado: el territorio, la población y el poder.—La Nación: su concepto.

La crisis del nacionalismo.—La Sociedad: su concepto y estructura.—Relaciones de la Sociedad con el Estado.

22. El poder.—La soberanía del Estado.—La organización territorial del poder.

23. La teoría de la división de poderes.—Funciones normativas administrativas y jurisdiccionales.

24. La participación de los ciudadanos en la vida política. La representación política.—El sufragio.—Los partidos políticos. Los grupos de presión.

25. Teoría de la constitución del Estado: concepto y evolución histórica.—El poder constituyente.—La reforma de las constituciones.—Los derechos individuales.—Garantías constitucionales.—Los principios de libertad y seguridad.

26. Las Asambleas legislativas.—Parlamentos y representación.—Tipos y organización de las Cámaras.—El poder judicial. El poder ejecutivo.

27. Las Leyes Fundamentales del Reino.—Su valor jurídico formal y eficacia normativa.—Análisis del Fuero de los Españoles, Fuero del Trabajo y de la Ley de los Principios Fundamentales del Movimiento Nacional.

28. La Ley Orgánica del Estado.—Análisis de su contenido.

29. La Jefatura del Estado: sus funciones y poderes.—La sucesión en la Jefatura del Estado.—Consejo del Reino y Consejo de Regencia.

30. Las Cortes Españolas: antecedentes históricos.—Composición, organización y funcionamiento.

31. La organización judicial española.—El Tribunal Supremo.—Jurisdicciones especiales.

32. Organización del Movimiento Nacional.—El Consejo Nacional.—Estado y Movimiento.

33. La Organización Sindical.—Los Sindicatos Nacionales.—La representación sindical.

Derecho publicitario

34. Fuentes legales del régimen publicitario español vigente.—Enumeración y jerarquía.—Organismos públicos reguladores de la actividad publicitaria.—Enumeración y descripción de sus principales funciones y competencias.

35. Principios generales de la actividad publicitaria según el Estatuto.

36. Sujetos de la actividad publicitaria.—Clasificación.—Régimen jurídico de agencias, medios y anunciantes.—Las exclusivas de publicidad.—Entidades de control de difusión y tirada.

37. Conceptos generales sobre contratación publicitaria.—Normas generales a que deben someterse los contratos publicitarios.

38. Análisis de cada uno de los diversos contratos de publicidad tipificados en el Estatuto.

39. Regulación jurídica de la publicidad según los distintos medios: prensa, radio, cine, televisión y publicidad exterior.

40. Regulación específica de algunas actividades de publicidad.—Especial referencia a la publicidad farmacéutica.

41. Publicidad y jurisdicción.—Especial referencia a la actuación del Jurado Central de Publicidad.

42. Régimen fiscal de la publicidad.—Impuestos directos e indirectos que afectan a las actividades publicitarias.—Las exenciones locales en relación con la publicidad.

43. Régimen laboral de las Empresas de publicidad.—Reglamentación de trabajo y convenios colectivos.

44. Propiedad intelectual e industrial en materia publicitaria.

Prueba B: La sociología y la economía aplicadas a la publicidad

45. Ciencia, sociología y publicidad: conceptos básicos.—Aplicación de la publicidad en la Sociedad.

46. Metodología y contenido de la sociología.—Ramas de la sociología en función de la publicidad: método estadístico.—Método ecológico.—Método antropológico.—Método de la comprensión.—Sociología industrial.—Sociología laboral.—Sociología del consumo.—Sociología de los medios.—Psicología social.

47. La estructura social y económico-cultural de España y sus aplicaciones a la publicidad: status social.—Clases sociales en España.—Los agregados sociales en España.—Los grupos sociales.—Estratificación socioeconómica.—Estratificación socio-cultural.

48. Elementos de demografía y ecología y sus aplicaciones a la publicidad: conceptos básicos de sociología rural y urbana.—Cambio social aplicado en España.—Conceptos básicos ecológicos.

49. Comportamientos sociales.—Normas costumbres y usos: esquemas exteriores de comportamiento.—Los roles sociales.—Aplicaciones en España.

50. Sociología del consumo: conceptos básicos.—Modelo de Kestow.—Tendencia y niveles de consumo en España.

51. Sociología de los medios de comunicación social: conceptos básicos.—Tipología.—Funciones y disfunciones.—Análisis de audiencia.

52. Investigación social aplicada a la publicidad y técnicas de investigación social.—Organigrama de una investigación social.

53. Metodología de la investigación social aplicada a publicidad: fuentes documentales.—Técnica de cuestionario.—Mue-

tra.—Entrevista libre, en profundidad y en grupo.—Informe sociológico.

54. La publicidad y el consumidor: efectos de la publicidad sobre la demanda.—La publicidad y la soberanía del consumidor.—La información y la defensa del consumidor.

55. La publicidad y la oferta de productos: acción de la publicidad sobre el coste de producción.—La publicidad y la oferta de productos.—Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.

56. Publicidad y mercados: diversas clases de mercados. La publicidad y su acción en cada tipo de mercado. Los costes de venta en el mercado de competencia imperfecta.

57. Renta Nacional: definición y medidas de la renta nacional.—Publicidad y renta nacional.—Otras medidas de la actividad económica.

58. El desarrollo económico y el desarrollo social: concepto de desarrollo económico.—Concepto de desarrollo social.—Publicidad y desarrollo económico y social.

59. La estabilización económica: concepto y clases de estabilidad.—Medidas estabilizadoras.—Publicidad y estabilización económica.

60. La integración económica: la cooperación monetaria: el F. M. I. y el Banco Mundial.—La cooperación comercial: El GATT.—Los esfuerzos de desarrollo: la OCDE y el Mercado Común.—La cooperación publicitaria internacional: U. I. A. A. SAWA, IAAA y E AAA.

Prueba C: Publicidad

61. Investigación de motivaciones: la motivación humana y la investigación motivacional: la motivación, concepto y secuencia o proceso.—Motivación humana.—Clasificación y jerarquización de los motivos.—Estructura factorial de la motivación humana.—Investigación motivacional.

62. Metodología de la investigación motivacional: principios metodológicos generales.—Clasificación y descripción general de los técnicas.—Establecimiento del plan de investigación.—La elección y el orden de aplicación de las técnicas.—El análisis conceptual y estadístico de los resultados.—La interpretación sintética de los resultados.

63. Técnicas utilizadas en la investigación motivacional: técnicas directas estructuradas.—Técnicas directas no estructuradas.

64. La explotación de los resultados de la investigación motivacional en publicidad: la explotación de los resultados en la selección de los objetivos de la campaña.—La explotación de los resultados en la creación de las ideas centrales de la campaña.—La explotación de los resultados en la creación de los originales publicitarios.

65. Otras explotaciones mercadotécnicas de la investigación motivacional: la explotación de los resultados en la elección de la clientela: la explotación de los resultados en las decisiones a nivel del producto, de su denominación, de su presentación, de su precio y de su distribución.

66. Creatividad publicitaria.—La creatividad y la comunicación publicitaria: factores que determinan el campo donde se debe mover la imaginación creativa: objetivos mercadotécnicos. Objetivos publicitarios.—Perfil del público-objetivo.—Características de los medios a emplear.

67. Técnicas de aplicación de la creatividad publicitaria: la información, base para una acción publicitaria.—Planificación de la creatividad.—Su necesidad (estrategia creativa).—Etapas de la manifestación creativa.—El mensaje básico y su adecuación a las características del medio.—La investigación al servicio de la creatividad.—Los pre-tests.

68. La creatividad y la comunicación del mensaje condicionalmente.—Principios a respetar y estrategias creativas más usuales en los medios impresos, en los medios audiovisuales, en los medios de publicidad exterior, en publicidad directa y en P. I. V.

69. La estrategia de medios.—Criterios básicos para una selección primaria de acuerdo a necesidades creativas, objetivos, competencia, etc.—Cálculo de presupuestos.—Criterios básicos.

70. Control de campaña.—Resultado de la acción publicitaria (post-test).

71. La redacción y la comunicación publicitaria.

72. Tendencias de la estilística moderna y su incidencia en la redacción publicitaria.

73. Arte publicitario y grafismo.—Concepto y contenido del arte: comercial y el arte publicitario.—Principios de la composición estética y su aplicación a la publicidad.—La teoría de los colores y su aplicación a la comunicación publicitaria.

74. Ventajas e inconvenientes de las principales técnicas de impresión: tipografía.—Offset.—Huecograbado.—Serigrafía.

75. Medios publicitarios.—Concepto, clasificación, contenido.

76. Técnicas generales para el empleo de los medios publicitarios.

77. La Prensa: valoración publicitaria de sus características, estructuración y comercialización del medio en España.

78. La radio: valoración publicitaria de sus características, estructuración y comercialización del medio en España.

79. El cine: valoración publicitaria de sus características, estructuración y comercialización del medio en España.

80. La televisión: valoración publicitaria de sus características, estructuración y comercialización del medio en España.

81. La publicidad exterior: valoración de sus características, estructuración y comercialización del medio en España.

82. La publicidad directa: valoración de sus características, estructuración y comercialización del medio en España.

83. Investigación y planificación de medios publicitarios: el plan de medios publicitarios.—Funciones del plan de medios: Elementos que lo integran.—Instrumentos de trabajo necesarios para elaborar el plan.—Importancia de la planificación.

84. Elaboración del plan de medios: fijación de objetivos. Decisiones «intermedias».—Decisiones «intramedios».—Coordinación de medios y de soportes.

85. Tácticas más usuales en la planificación de medios: cobertura o frecuencia.—Concentración o dilatación en el tiempo. Concentración o dispersión en el espacio.—Concentración o dispersión en los medios y soportes.

86. Teoría y práctica del presupuesto de los planes de medios: requisitos que debe reunir el presupuesto publicitario.—Determinación del presupuesto: métodos existentes.—Control del presupuesto publicitario.

87. Modelos empleados en la planificación de medios.—Modelo Tem.—Modelo Media-planex.—Modelo Scal.

88. Razón y objeto de la investigación de medios. ¿Por qué son necesarias las investigaciones? ¿Qué abarca la investigación de medios?

89. Conceptos y definiciones de los principales elementos que debe manejar el planificador de medios publicitarios: público-objetivo.—Audience simple, neta, añadida.—Duplicación de audiencia.—Impacto publicitario y frecuencia de contacto.—Costo por impacto neto.—Costo por impacto útil.

90. Cálculo de la audiencia neta del conjunto de varios soportes.—Fórmula de Agostini.—Otras fórmulas.

91. Análisis estadístico (muestral) de los medios.—Aspectos cuantitativos de la audiencia.—Aspectos cualitativos de la audiencia.—Técnicas de la investigación por muestreo.

92. Análisis cuantitativo de los medios: fuentes estadísticas existentes sobre los principales medios y soportes.—Alcance de estas fuentes para fines analíticos de cobertura, frecuencia de contactos, etc.

93. Pre-testis de medios publicitarios.—Finalidad.—Técnicas que se emplean.

94. Mercadotecnia: la mercadotecnia como concepto moderno de gestión.—Teoría y práctica de la investigación en mercadotecnia. El plan de acción comercial y la campaña de publicidad.—Promoción de ventas, ejecución de ventas, administración de ventas y publicidad en el cuadro general de actividades de comercialización.—La mercadotecnia y la medida de la eficacia de la campaña publicitaria.

NOTA: El modelo de solicitud que se cita en la base 3 se publica en las páginas 8793 y 8794 de este Boletín.

8765 RESOLUCIÓN de la Escuela Oficial de Periodismo por la que se convocan pruebas selectivas restringidas para cubrir una plaza vacante, en las plantillas de dicho Organismo.

Vacante una plaza de Auxiliar administrativo (Jefe de Negociado) en la plantilla del Organismo Autónomo Escuela Oficial de Periodismo; del Ministerio de Información y Turismo, de conformidad con lo previsto en la Ley sobre Régimen Jurídico de las Entidades Estatales Autónomas, de 26 de diciembre de 1958, y una vez cumplidos los trámites que señala la disposición transitoria primera, y previa aprobación por la Presidencia del Gobierno, según determina el artículo 6º 2, d), del Estatuto de Personal al servicio de los Organismos Autónomos, aprobado por Decreto 2043/1971, de 23 de julio, se resuelve publicar de acuerdo con las siguientes

Bases de convocatoria

1. NORMAS GENERALES

1.1. Número de plazas.

Se convoca una plaza de Auxiliar administrativo (Jefe de Negociado), dotada en la plantilla presupuestaria del Organismo Autónomo Escuela Oficial de Periodismo.

1.2. Incompatibilidad.

La persona que obtenga la plaza a que se refiere la presente convocatoria estará sometida al régimen de incompatibilidades que determina el artículo 53 del Decreto 2043/1971, por el que se aprueba el Estatuto de Personal al servicio de los Organismos Autónomos, y no podrá simultáneamente el desempeño de la plaza que, en su caso, obtenga con cualquier otra de la Administración centralizada o autónoma del Estado y Local.

1.3. Sistema selectivo.

La selección de los aspirantes se realizará mediante el sistema de concurso-oposición restringido, que constará de las siguientes fases o pruebas:

- a) Organización administrativa o mecanografía.
- b) Redactar un documento administrativo de trámite, escrito a máquina no eléctrica, durante el plazo de una hora, como máximo.

Para la realización de este ejercicio los aspirantes deberán ir provistos de la correspondiente máquina de escribir.

2. REQUISITOS DE LOS ASPIRANTES

Para ser admitido a la práctica de las pruebas selectivas será necesario reunir los siguientes requisitos:

2.1. *Generales* (como mínimo deberán señalarse los siguientes requisitos):

- a) Ser español.
- b) Tener cumplidos dieciocho años de edad.
- c) No padecer enfermedad o defecto físico que impida el desempeño de las correspondientes funciones.
- d) No haber sido separado, mediante expediente disciplinario, del servicio del Estado o de la Administración Institucional o Local, ni hallarse inhabilitado para el ejercicio de funciones públicas.

e) Para los aspirantes femeninos, que deberán haber cumplido o estar exentas del Servicio Social de la Mujer, bastará que se haya cumplido cuando finalice el plazo de los treinta días hábiles señalados para la presentación de documentos.

f) Carecer de antecedentes penales por la comisión de delitos dolosos.

g) Haber sido clasificado por la Presidencia del Gobierno dentro de los grupos b) o d) de la disposición transitoria primera del Estatuto de Personal al servicio de los Organismos Autónomos, habiendo prestado servicios inintermitidos en el Organismo Escuela Oficial de Periodismo por un periodo superior a dos años al 4 de septiembre de 1971 y continuar prestandolos hasta la celebración de las pruebas selectivas.

h) Condiciones específicas. Salvo el señalado en el apartado e), todos los requisitos anteriores deberán poseerse en el momento de finalizar el plazo de presentación de solicitudes y gozar de los mismos durante el procedimiento de selección hasta el momento del nombramiento.

3. SOLICITUDES

3.1. Forma

Los que deseen tomar parte en las pruebas selectivas deberán ajustarse, en su solicitud por duplicado, al modelo oficial que se acompaña.

3.2. Órgano a quien se dirige.

Las Solicitudes se dirigirán al Director de la Escuela Oficial de Periodismo.

3.3. Plazo de presentación.

El plazo de presentación será el de treinta días, contados a partir del siguiente al de la publicación de esta convocatoria en el «Boletín Oficial del Estado».

3.4. Lugar de presentación.

La presentación de solicitudes se hará en el Registro General del Organismo o los lugares que determina el artículo 6º de la Ley de Procedimiento Administrativo.

3.5. Defectos en las solicitudes.

De acuerdo con el artículo 71 de la Ley de Procedimiento Administrativo, se requerirá al interesado para que, en el plazo de diez días subsane la falta o acompañe los documentos preceptivos, apercibiéndole que si no lo hiciere se archivará su instancia sin más trámite.

4. ADMISION DE ASPIRANTES

4.1. Lista provisional.

Transcurrido el plazo de presentación de instancias, la Escuela Oficial de Periodismo aprobará la lista provisional de admitidos y excluidos, la cual se hará pública en el «Boletín Oficial del Estado»; en esta lista habrán de aparecer, al menos, el nombre y apellidos de los candidatos y el número de su documento nacional de identidad.

4.2. Errores en las solicitudes.

Los errores de hecho que pudieran advertirse podrán subsanarse en cualquier momento, de oficio o a petición del interesado.

4.3. Reclamaciones contra la lista provisional.

Contra la lista provisional podrán los interesados interponer, en el plazo de quince días, a partir del siguiente a su