



Formació en
Competències
Digitals

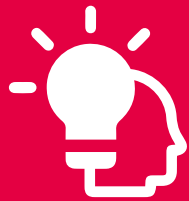
5

Resolució de problemes



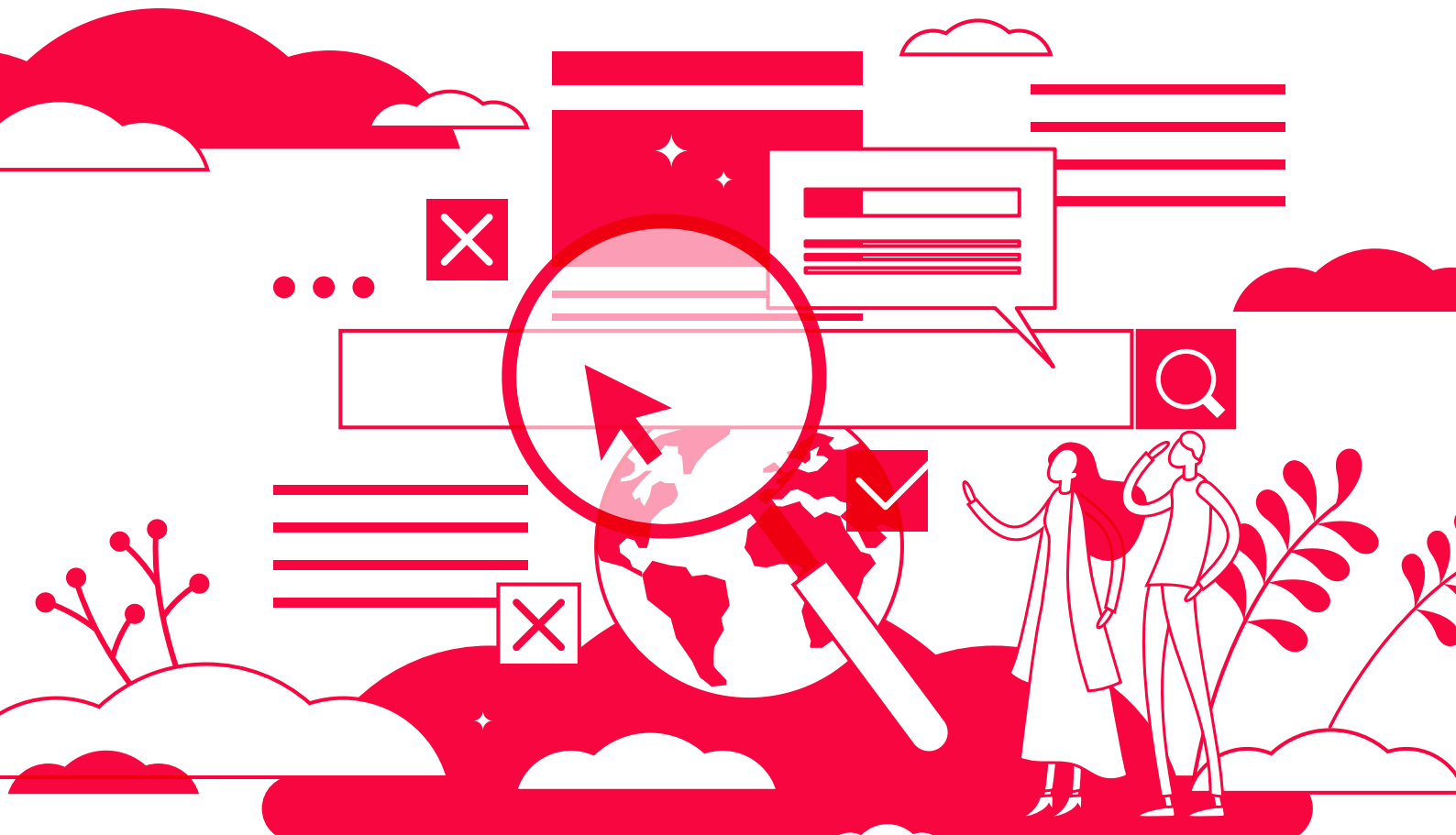


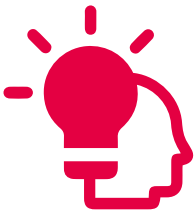
Formació en
Competències
Digitals



Resolució
de problemes

Nivell C1





Resolució de problemes

ÍNDEX

5.1. RESOLUCIÓ DE PROBLEMES TÈCNICS

- [*Solucions als problemes de connexió Bluetooth*](#)
- [*Col·laborar a fòrums i entorns col·laboratius especialitzats*](#)

5.2. IDENTIFICAR NECESITATS I RESPOSTES TECNOLÒGIQUES

- [*Reclamacions al comerç electrònic*](#)

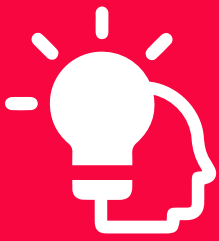
5.3. ÚS CREATIU DE LA TECNOLOGIA DIGITAL

- [*Màrqueting per correu electrònic*](#)

5.4. IDENTIFICAR LLACUNES A LES COMPETÈNCIES DIGITALS

- [*Google Activa't*](#)





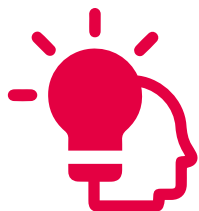
DigitAll

Resolució
de problemes

5.1

RESOLUCIÓ DE PROBLEMES TÈCNICS





Resolució
de problemes

Nivell C1 5.1 Resolució
de problemes tècnics

Solucions als problemes de connexió Bluetooth





Solucions als problemes de connexió Bluetooth

Resolució de problemes amb el Bluetooth

La **tecnologia Bluetooth** (figura 1) va suposar un gran avenç en permetre connectar entre si dispositius electrònics sense fil, eliminant qualsevol mena de cable. És la tecnologia que més s'ha generalitzat, ja que no només és efectiva, sinó que també és de les més econòmiques.

Permet l'intercanvi d'informació de manera segura, i la comunicació entre dispositius és immediata. Aquesta s'adapta a una **àmplia gamma de dispositius**, com a ordinadors portàtils, telèfons mòbils, perifèrics i fins i tot els electrodomèstics.

Per tant, es consideren diversos els **avantatges** que ofereix aquesta tecnologia, per exemple: disposar de major flexibilitat en la distribució dels dispositius, tenir compatibilitat amb diversos equips i una velocitat de transmissió que està en constant augment.

En definitiva, aquesta connexió amplia la **llibertat de l'usuari**, ja que és possible prescindir dels cables, donant com a resultat una major comoditat. Es tracta d'una tecnologia indispensable en el dia a dia.

No obstant això, la tecnologia Bluetooth també **presenta alguns problemes**. En aquest context, disposar de la capacitat de cercar i obtenir informació rellevant és essencial per resoldre problemes de connexió que poden sorgir en el dia a dia.

A continuació, es presenten algunes de les causes que fan fallar el Bluetooth, així com les seves possibles solucions.



Figura 1. Logo. Captura recuperada de Bluetooth ([bluetooth.com](https://www.bluetooth.com)).



CONFIGURANT UNA CONNEXIÓ BLUETOOTH

Es mostren els ajustaments bàsics de connexió de dispositius (auriculars, ratolí, teclat, altaveu, etc.) via Bluetooth i els problemes habituals.

e.digitall.org.es/A5C51C1V03

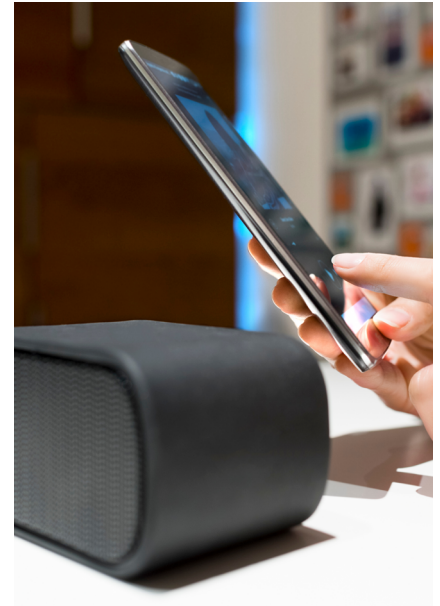


Causas que fan fallar la connexió Bluetooth

Amb l'avenç de les comunicacions s'han creat noves necessitats de connexió i accés a dispositius. La **connectivitat** és un element fonamental que permet als dispositius enllaçar-se i intercanviar informació. No obstant això, és possible trobar-se amb diferents reptes i problemes que poden posar en risc aquesta connexió i comunicació, la qual cosa fa minvar la bona experiència de l'usuari que ofereix aquesta tecnologia.

Per això, és important detectar què és el que està fallant i per què ho fa. A continuació, es detallen algunes d'aquestes **causes**:

- **Interferències de senyal:** intentar utilitzar el Bluetooth prop d'altres dispositius és un error comú. És recomanable que el dispositiu es trobi en un espai lliure d'interferències perquè el senyal circuli lliurement. En aquest sentit, cal tenir en compte la distància de les parets i altres obstacles, com que no hi hagi altres connexions bluetooth secundàries. Això sol ocórrer quan hi ha a prop altres dispositius connectats entre si.
- **El bluetooth no està activat:** una altra de les causes comunes és que el bluetooth no s'encengui. Això pot ser pel fet que el dispositiu amb el qual es desitja connectar no té activada la funció bluetooth, no està encès o completament carregat.
- **Incompatibilitat amb bluetooth:** alguns dispositius més antics manquen de bluetooth o poden no ser compatibles amb versions més recents, la qual cosa pot causar problemes de connexió. Que el controlador bluetooth estigui obsolet o sigui incompatible és un altre dels errors comuns. És necessari tenir descarregat i instal·lat el controlador actualitzat.
- **Bluetooth mal configurat:** una altra causa pot ser que la configuració del dispositiu no tingui activada la detecció de dispositius bluetooth. A causa d'això, no serà possible trobar el dispositiu al qual es vulgui connectar.



👁️ NOTA

Els **controladors bluetooth** es refereixen al programari o driver que permet que el maquinari del dispositiu es connecti i es comuniqui correctament amb altres dispositius compatibles amb bluetooth.

📄 Saber-ne més

Què és la connexió bluetooth? Els seus usos i problemes principals
(e.digitall.org.es/conexion-bt). Roams.



Comprovacions inicials i solucions

Una vegada detectat el problema, s'ha de cercar la possible solució. No obstant això, abans de res, és convenient fer unes certes **comprovacions bàsiques** que assegurin que el Bluetooth no serà un problema a l'hora de connectar-se al dispositiu.

Com a pas previ és important assegurar-se que estigui tot activat. Això es pot comprovar de diferents maneres. De manera general, accedint **a la configuració del dispositiu es pot comprovar si el Bluetooth està correctament activat**. A més, s'han de revisar els següents ajustaments (veure Figura 2):



Figura 2. Revisar configuració bàsics. Elaboració pròpia.

Els problemes de connexió poden ser frustrants, però seguint un enfocament sistemàtic i tenint en compte algunes de les **solucions comunes**, és possible resoldre'ls amb èxit. A continuació, s'expliquen algunes **solucions i pràctiques efectives** per solucionar i garantir una connexió Bluetooth sense problemes:

1 | Apagar i encendre de nou el Bluetooth: és la solució més comuna quan es té un problema de connexió Bluetooth. De manera general;

a | Si s'accedeix des d'un dispositiu mòbil, en lliscar el panell de notificacions es pot prémer sobre la icona de Bluetooth, tant per activar-lo com per desactivar-lo.



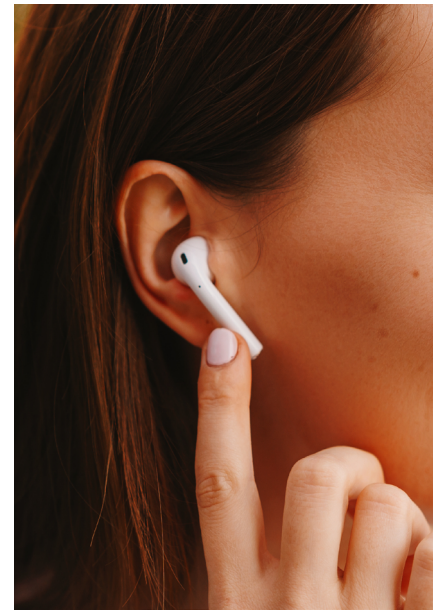
b | Si s'accedeix **des d'un ordinador**, a l'apartat de "Configuració", a la secció de "Bluetooth i dispositius". Des d'aquí podeu apagar i encendre aquesta funció.

2 | Reiniciar el dispositiu: molts problemes de connexió poden arreglar-se d'aquesta manera. També, apagant i encenent el mateix dispositiu, així com el dispositiu extern al qual es vol connectar.

3 | Provar de connectar aquest dispositiu amb un altre: si el problema persisteix i no s'ha restablert la connexió Bluetooth, ha arribat el moment d'esbrinar si la fallada està en el dispositiu emissor o en el receptor del senyal Bluetooth. En intentar connectar-ho a un altre, es descarta quin dispositiu és el que té l'error.

4 | Restablir ajustaments de xarxa: aquest procés afecta les configuracions relacionades amb la xarxa en un dispositiu, incloses les connexions wifi i dades mòbils. Això eliminarà totes les configuracions prèvies i dades emmagatzemades per la mateixa connexió bluetooth, per la qual cosa una vegada finalitzat el procés s'haurà de tornar a aparellar els dispositius.

5 | Reinicialitza el dispositiu: aquesta funció esborra totes les dades del dispositiu i permet retornar-lo a l'estat original de fàbrica. Per això, gairebé tots compten amb un botó, o una combinació de botons. Per dur-ho a terme, consulta les instruccions precises per reinicialitzar-lo adequadament, ja que cada dispositiu pot atendre diferents particularitats.



⚠ ATENCIÓ

El **reseteig de fàbrica** eliminarà totes les dades, configuracions i aplicacions emmagatzemades al dispositiu. Per això és recomanable **fer una còpia de seguretat de la informació** abans de procedir amb aquest procés.

Altres possibles solucions

Una vegada realitzades les comprovacions inicials i provat amb les solucions més comunes, si el dispositiu segueix amb problemes de connexió Bluetooth, es poden dur a terme les següents accions:

- **Solucionador de problemes de Bluetooth:** aquesta funció pot variar depenent del sistema operatiu del dispositiu. Per exemple, a Windows es pot executar el solucionador de problemes de Bluetooth, que permet diagnosticar problemes i oferir suggeriments per resoldre'ls.



- **Consultar el lloc web del fabricant:** és possible que molts dels llocs web del fabricant facilitin eines de diagnòstic i recursos en línia per ajudar a solucionar problemes de connectivitat bluetooth. També, posar-se en contacte amb el suport tècnic pot ser molt útil.
- **Comunitat en línia:** avui dia existeixen molts fòrums i comunitats en línia on les persones comparteixen les seves experiències i solucions a problemes, inclosos els problemes de connectivitat com Bluetooth. Per exemple, ADSL Zone és una comunitat en línia on es pot trobar ajuda d'altres persones que s'han enfrontat a problemes similars o tenen coneixements especialitzats sobre el tema.

i Saber-ne més

Solucionar problemes de Bluetooth a Windows
(e.digitall.org.es/bt-windows). Microsoft Support.

Com solucionar problemes relacionats amb el Bluetooth
(e.digitall.org.es/bt-google). Google Support.

Problemes amb el Bluetooth a Windows 10? Totes les solucions
(e.digitall.org.es/problemas-bt). ADSL Zone.



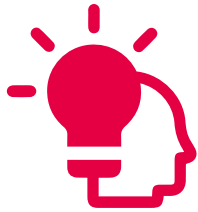
**i Saber-ne més**

Franco, D., & Castillo, F. (2009). Comunicacions sense fil: Bluetooth. Prisma Tecnològic, 1(1), 19-21. Recuperat a partir de <https://revistas.utp.ac.pa/index.php/prisma/article/view/412>

Guardia López, R. (2022, desembre 10). *Com solucionar els problemes de connexió Bluetooth al teu mòbil Android*. La vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/andro4all/moviles/como-solucionar-los-problemas-de-conexion-bluetooth-en-tu-movil-android>

Linares, I. (2020, abril 19). *Com solucionar els problemes de connexió Bluetooth al teu mòbil*. Xataka Mòbil. <https://www.xatakamovil.com/tutoriales/como-solucionar-problemas-conexion-bluetooth-tu-movil>

Pascual, C. M. (2012). Bluetooth: criteris de selecció i comparativa amb altres tecnologies sense fil. Tècnica Industrial, 298, 76-80. <https://www.tecnicaindustrial.es/wp-content/uploads/Numeros/83/1224/a1224.pdf>



Resolució de problemes

Nivell C1 5.1 Resolució
de problemes tècnics

**Col·laborar
en fòrums
i entorns
col·laboratius
especialitzats**





Col·laborar en fòrums i entorns col·laboratius especialitzats

La tecnologia suposa una ajuda essencial en tots els àmbits de la nostra vida, sigui la professional com la personal. No obstant això, la tecnologia no és infal·libre, i en moltes ocasions té **fallades o errors**. És aquí quan es cerca assistència; principalment, la de comunitats d'ajuda informàtiques de fòrums i altres entorns col·laboratius especialitzats. En aquesta secció, es detallarà **la utilitat de participar en aquesta mena de comunitats** i s'explicaran els passos a seguir perquè la nostra col·laboració sigui fructífera.



RESOLENT PROBLEMES TÈCNICS A TRAVÉS DE FÒRUMS I ENTORNS COL·LABORATIUS ESPECIALITZATS

Videotutorial on s'identifiquen fòrums i entorns col·laboratius especialitzats per a la resolució de problemes tècnics, com ara ADSLzone, ProfesionalReview o Razorman, entre altres.

e.digitall.org.es/A5C51C1V06



Utilitat de la participació

Quan es recorre a l'ajuda de fòrums i entorns col·laboratius, el que se sol fer és cercar, en primer lloc, la pregunta o dubte en qüestió. Un exemple podria ser què fer davant la detecció d'un troià. En moltes ocasions, ja hi haurà debats i fils creats sobre això. En casos com aquest, una **participació activa no serà estrictament necessària**: l'usuari podria simplement llegir la informació.

No obstant això, hi haurà circumstàncies en les quals sí que **hagi de col·laborar i iniciar un debat**, bé perquè no n'hi hagi cap sobre el tema en concret o bé per la naturalesa del fòrum (per exemple, que sigui **privat o protegit** i la creació d'un usuari sigui obligatòria).

Saber-ne més

Fòrums de discussió (e.digitall.org.es/foro-discusion). Biblioguies - Biblioteca de la CEPAL.



Encara que l'opció de participar de manera anònima sigui una possibilitat, el que és recomanable és **registrar-se i col·laborar de manera activa**, ja que en nodreix els diversos usos.

Quan es participa activament en aquestes comunitats, les **utilitats generals** que els usuaris solen cercar són:

- Obtenir **opinions i suggeriments** d'un grup més o menys nombrós sobre un tema, fet, problema o activitat.
- Treure **algunes conclusions generals i establir diverses perspectives** que poden donar-se sobre un mateix fet o tema.
- Ampliar la **informació** a través de múltiples aportacions.
- Desenvolupar l'**esperit participatiu del grup** (especialment si és un entorn educatiu).

⚠️ ATENCIÓ

RECOMANACIÓ

Crear un usuari amb un **avatar** (imatge) és de gran utilitat, perquè ajuda els participants a distingir-se entre si i generar una identitat única. Així mateix, tenir en el perfil la informació sobre les publicacions en les quals s'ha participat genera una **reputació i confiança en l'usuari** i les seves aportacions.

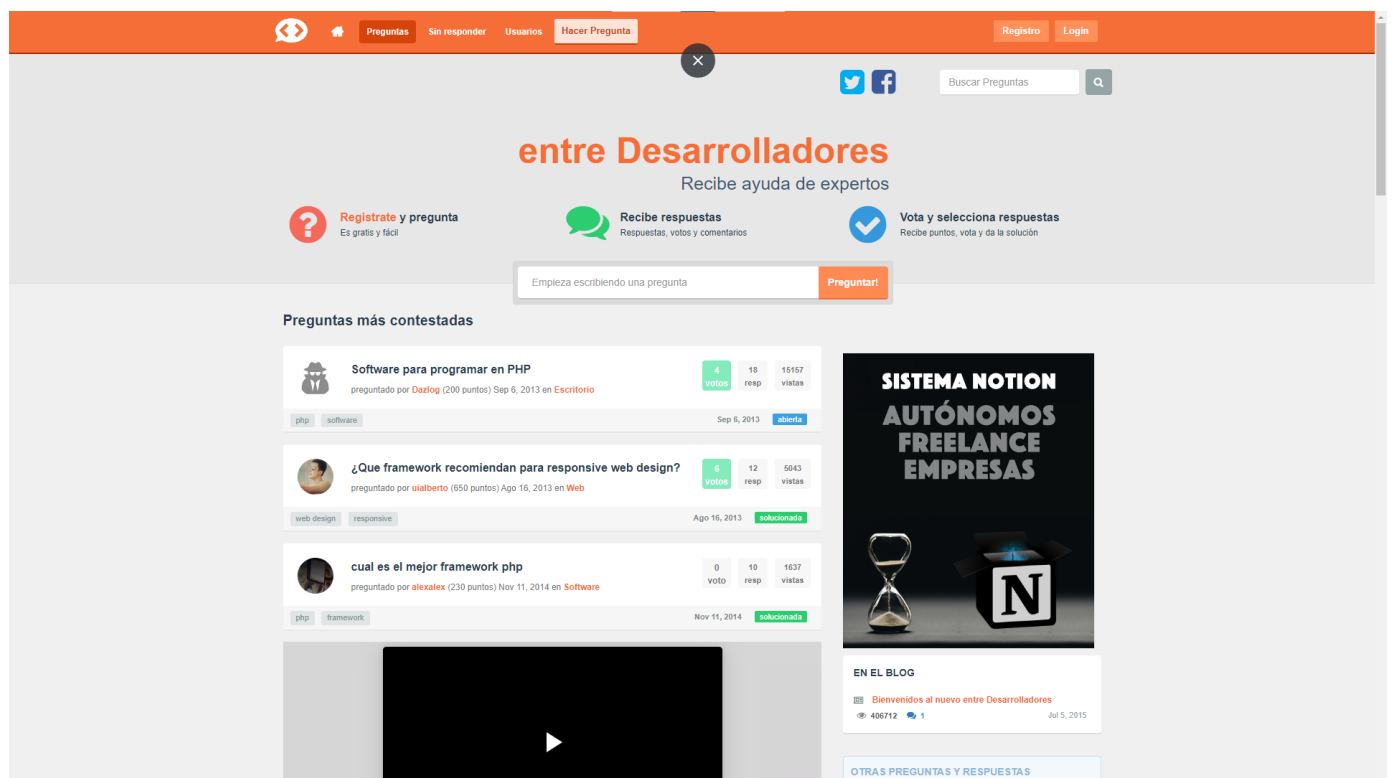


Figura 1. Exemple del fòrum entre desenvolupadors (entredesarrolladores.com). Elaboració pròpia.



i Saber-ne més

Presa de decisions: sigui per a una decisió individual o grupal, el debat s'obrirà sobre un tema o problema a resoldre i els resultats o conclusions ajudaran a la presa de decisions (veure figura 1).

Docència: en plataformes d'aprenentatge és comú que s'organitzin fòrums, bé sigui per plantejar preguntes freqüents, tutories o activitats.

Socialització: hi ha fòrums l'objectiu dels quals és el foment de les relacions interpersonals. Aquests poden tractar temes específics o diferents canals temàtics.

Eines de monitoratge

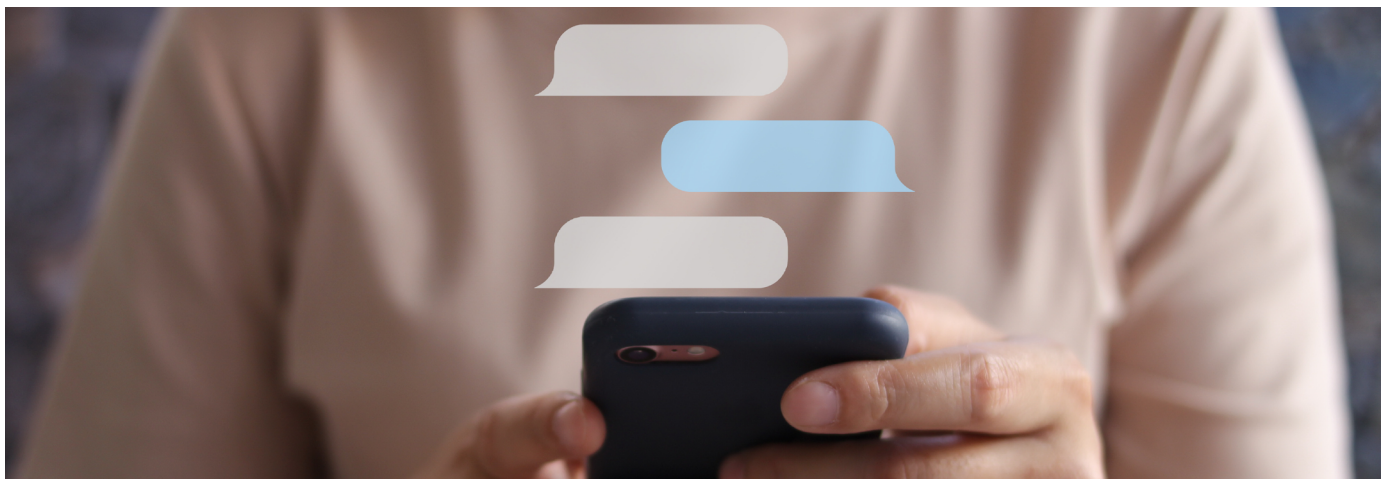
Determinar les respostes que ens seran més útils pot ser, a vegades, una qüestió complexa. Monitorar fòrums i entorns col·laboratius de manera manual per a cerques complexes i específiques és un treball que suposa temps. Per sort, existeixen **eines** que faciliten aquesta tasca.

L'elecció de l'eina es determinarà sobre la base de les **necessitats i el tipus de cerca** que vulguem fer:

- Localitzar comentaris emprant filtres de data, rellevància i activitat del fòrum.
- Obtenir resultats de discussions que hagin generat un mínim de dos comentaris.
- Filtrar la cerca per vocable, participant o idioma.

i Saber-ne més

Eines per monitorar fòrums (e.digitall.org.es/monitorear-foros). PymesyAutónomos.





Pautes generals per col·laborar

Depenent del tipus de fòrum o entorn col·laboratiu especialitzat, hi haurà unes **pautes específiques** que poden venir definides pel moderador d'aquesta comunitat. No obstant això, hi ha una sèrie de **consideracions generals** (regles d'etiqueta) que s'haurien de tenir en compte a l'hora de participar en discussions virtuals:

1 | Missatges respectuosos

Per mantenir converses civils, s'evitaran els missatges hostils, ofensius o provocadors a la resta de participants. El respecte ha de prevaler en tot moment.

2 | Correu brossa i autopromoció

S'evitarà publicar missatges comercials no sol·licitats, especialment aquells que siguin autopromocionals. Un exemple seria afegir l'enllaç a una empresa amb la qual l'usuari està afiliat.

3 | Lectura prèvia

Si el fòrum té FAQ o fils destacats, s'hauran de llegir abans de publicar un missatge o comentari (veure figura 2). L'objectiu és no repetir preguntes i dubtes ja resoltos.

The screenshot shows the forum interface for ADSLzone. The main heading is "Windows 11". Below it, there is a list of forum threads with their respective details:

Icon	Thread Title	Author	Responses	Views	Date
S	No me imprime y en la cola de impresión se elimina dicha orden de imprimir.	Saarete	3	51	Sábado a las 09:16 ORTJM66
T	no me actualiza nada el windows 11 pro	tom30	1	43	13 Febrero 2024 ORTJM66
V	Ayuda Windows 11	vitmoreno	2	50	11 Febrero 2024 vitmoreno
M	Hacer que salga sonido por varios dispositivos Bluetooth teniendo Bluetooth 5.3	miracleman	1	44	18 Enero 2024 ORTJM66
W11	Windows 11 home no me notifica cuando saltan las updates para descargar e instalarse...	Maycole	0	45	9 Diciembre 2023 Maycole
T	como descargar windows 11 23h 2	tom30	1	77	1 Diciembre 2023 ORTJM66
W11	Pequeños bugs windows 11 home...	Maycole	13	137	1 Noviembre 2023 Maycole
W11	como elegir cuando instalar actualizaciones windows update dandole click? win 11 home	Maycole	2	39	25 Octubre 2023 Maycole
Copilot	Copilot	jmaguiar70	0	56	9 Octubre 2023 jmaguiar70
J	Cuando entro en You tube no sale ninguna imagen, porque?	Juan99	8	69	3 Septiembre 2023 Juan99
R	Windows 11, WMI Provider Host dejó de funcionar	roxouno	0	33	26 Agosto 2023 roxouno
W11	Se me cuelga al apagar pantalla en ausencia	p2pforever	23	296	24 Agosto 2023 p2pforever
W11	un administrador ha bloqueado este dispositivo	argosx	1	87	15 Junio 2023 ORTJM66

Figura 2. Exemple del fòrum **ADSLzone** (foro.adslzone.net). Elaboració pròpia.



4 | Temàtica del fòrum

S'haurà de respectar la temàtica del fòrum o fil per cortesia i amb la finalitat de no desviar el focus a altres assumptes que no siguin de l'interès dels participants. En cas de voler començar un altre tema, hi ha l'opció de crear un altre fil o, en defecte d'això, cercar un altre fòrum o entorn relatiu a la matèria.

5 | Llenguatge apropiat

Idealment, els missatges seran escrits sense errates i de manera professional, sense abreviatures. També es prioritzarà un llenguatge clar i concís: s'evitaran explicacions llargues, perquè puguin resultar incomprensibles.

6 | Estil del missatge

És recomanable evitar l'ús de les majúscules en tot el text (pot ofendre, perquè el seu ús es relaciona amb cridar) i l'ús d'emoticones (resta serietat).

7 | Arguments veraçs i verificables

Les aportacions han de ser útils, per la qual cosa hauran de ser veraces. Si no es pot provar aquesta veracitat, s'haurà d'especificar en la resposta. A més, s'haurà d'afegir referències si s'usa propietat intel·lectual d'uns altres.

8 | Interaccions

Per evitar convertir el fil en una suma de monòlegs, s'ha d'esmentar l'usuari al qual es vol contestar. També és aconsellable citar la part del missatge que es vol respondre.

⚠ ATENCIÓ

GRAU D'INTERACCIÓ

Un altre factor molt important és la **paciència**. La comunicació en aquests fòrums pot ser a destemps i això provocarà que les respostes no siguin instantànies. A vegades, pot portar dies o fins i tot setmanes fins que un altre usuari publiqui un comentari. Així mateix, si ja s'ha iniciat el debat, és recomanable intervenir de manera constant per al seu correcte seguiment.

i Saber-ne més

Etaques d'un debat virtual (pàgines 12-13)

(e.digitall.org.es/debate-virtual). Universitat Oberta de Catalunya.



Pautes específiques per moderar

Una manera de participar en fòrums i entorns col·laboratius, a més de plantejar preguntes i respondre a les plantejades per altres usuaris, és la d'**administrar i moderar**.

Actuar com a administrador i moderador en un fòrum comporta una sèrie de **responsabilitats** i hi ha unes pautes clau que s'han de seguir per facilitar la tasca:

1 | Configuració

El primer pas serà que l'administrador decideixi el tipus de fòrum que es vol (públic, privat o protegit). Això determinarà si els usuaris tenen l'opció de ser anònims o han de registrar-se obligatòriament (sigui per col·laborar o accedir). A més, es podrà incorporar la funcionalitat de l'aprovació dels missatges abans de la seva publicació.

2 | Regles

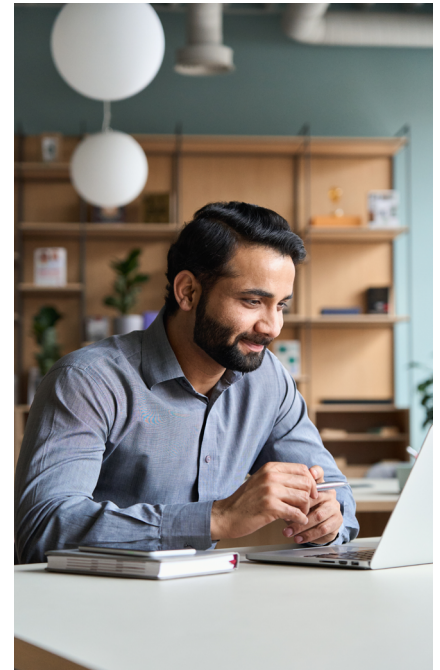
Malgrat existir les regles bàsiques prèviament definides, com la conducta respectuosa dels participants, no està de més incorporar-les dins del fòrum o entorn col·laboratiu. Aquí es podrà afegir qualsevol altra regla addicional específica. Posteriorment, el moderador serà qui vigili el compliment d'aquestes normes.

3 | Estructura

Com és habitual en aquestes comunitats, se solen tractar temes globals i, dins de cadascun, qüestions més específiques (per exemple, pot ser un fòrum sobre ordinadors en general, però el que es vol cercar és el tema sobre la instal·lació del paquet de Microsoft Office). La sèrie de discussions que es generen al voltant d'un tema específic són els anomenats fils. No obstant això, per facilitar la localització dels temes, convé tenir una segmentació de les diferents temàtiques (veure figura 3).

4 | Activitat

En molts fòrums es realitza un seguiment dels comptes de cada usuari, com el seu nombre de publicacions. Es pot configurar l'opció d'obtenir més reputació segons el nombre de publicacions fetes, fomentant així la participació. No obstant això, aquesta característica està desactivada en alguns fòrums, prevalent la qualitat de les aportacions en comptes de la quantitat.



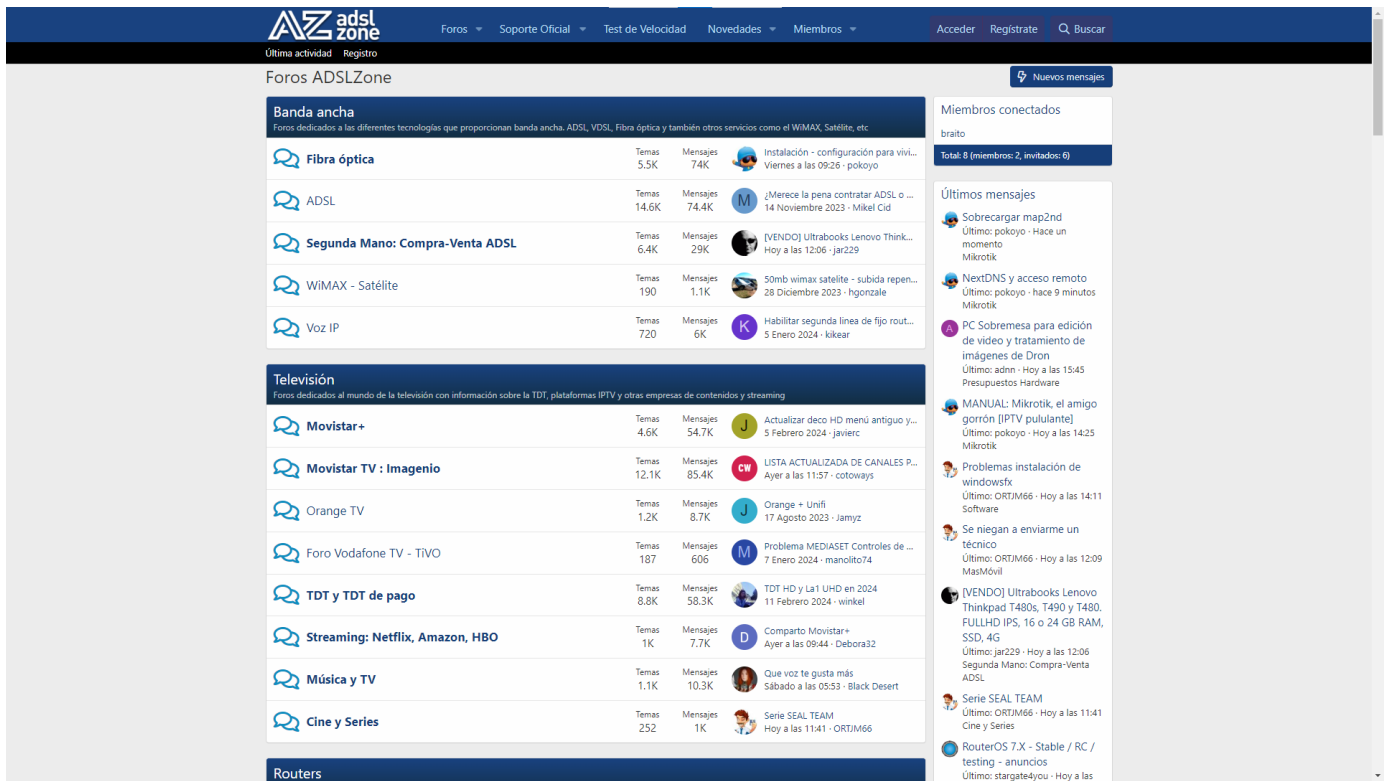


Figura 3. Exemple del fòrum **ADSLzone** (foro.adslzone.net). Elaboració pròpia.

NOTA

RECOPILOCIÓ D'APORTACIONS

Una bona manera d'estructurar els temes és reunir les preguntes més buscades i recopilar les millors aportacions en un format de preguntes i respostes (FAQ).

Pautes per tractar els diferents tipus d'usuaris

Un altre aspecte al qual s'enfronta qualsevol participant d'aquestes comunitats (sigui un usuari més o un moderador) és la interacció amb aquells usuaris que suposen una molèstia pel seu comportament. Els perfils més comuns són:

TIPUS D'USUARIS QUE SUPOSEN UNA MOLÈSTIA ALS FÒRUMS

Tipus d'usuari	Característiques o comportament
Arqueòlegs	Reviuen publicacions antigues (i en moltes ocasions ja resoltes).
Falsos	Es fan passar per altres persones.
Leechers (en català sangoneres)	S'aprofiten dels altres i no solen aportar res al fòrum o entorn col·laboratiu. També es pot considerar <i>leecher</i> aquella persona que col·labora molt poc.



Tipus d'usuari	Característiques o comportament
Lamer	Fins i tot portant bastant temps en la comunitat, aquest tipus d'usuari continua sent considerat com a poc competent.
Correu brossa	Publiquen de manera intermitent missatges publicitaris no desitjats.
Titelles	Aquests usuaris estan inscrits en el fòrum dues o més vegades, fent-se passar per diferents persones. No obstant això, la persona que administra la xarxa pot eliminar a aquests usuaris, mirant de manera periòdica les IP.
Trols	La seva principal finalitat és molestar i boicotejar el funcionament normal del fòrum (per exemple, amb missatges polèmics, irrelevantes o ofensius). Les motivacions varien: alguns ho fan per diversió i altres per desacords amb altres usuaris o amb els continguts.

i Saber-ne més

Tipus de trols (e.digitall.org.es/trolls). InboundCycle.

Quan algú es troba amb algun d'aquests usuaris, especialment els trols, hi ha una sèrie de **recomanacions** a tenir en compte per evitar que la situació escali:

- **Ignorar l'usuari.** El millor és no iniciar un debat i esperar que es cansi.
- **Alertar altres usuaris.** Una altra opció és simplement contestar amb un comentari d'“Alerta Troll”.
- **Reportar-ho** al moderador del fòrum o entorn.

Davant l'increment d'aquest tipus d'usuaris a Internet, són moltes les plataformes que estan incorporant **sistemes de bloqueig o de moderació**.

⚠ ATENCIÓ

BLOQUEIG D'USUARIS

Cal anar amb compte en gestionar la situació, perquè les mesures de bloqueig d'aquests usuaris poden ser **percebudes com a censura**. Això agreujaria el problema en comptes de solucionar-ho. Cal valorar les pautes d'actuació segons cada cas i tipus de trol.



Saber-ne més

AulaClic. Fòrums i grups de discussió. A Curs d'Internet. Recuperat el 22/02/2024 de: https://www.aulacli.c.es/internet/t_7_1.htm

Aula CM. Troll o trol d'Internet: Què és, significat i definició. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://aulacm.com/que-es/troll-internet-significado-definicion/>

Bibliogías – Biblioteca CEPAL. Fòrums de discussió. A Gestió del Coneixement (GDC). Comissió Econòmica per a Amèrica Llatina i el Carib (CEPAL). Recuperat el 22/02/2024 de: <https://biblioguias.cepal.org/GestionDelConocimiento/modulo-4-foros>

Brito R., V. (2006). El fòrum electrònic: una eina tecnològica per facilitar l'aprenentatge col·laboratiu. A Edutec. *Revista Electrònica De Tecnologia Educativa*, (17), a038. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/6036/01220103006983.pdf?sequence=1>

Carvajal, M. (2011). *Eines per monitoritzar fòrums*. Pymes y Autónomos. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://www.pymesyautonomos.com/tecnologia/herramientas-para-monitorear-foros>

Comunicare (2023). *Fòrum: Què és un fòrum? Utilitat i usos daquest (2023)*. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://www.comunicare.es/foro-que-es-un-foro-utilidad-y-usos-de-este-2023/>

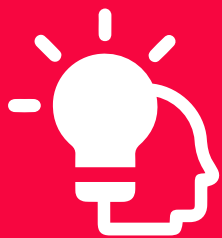
Comunicare (2023). *Fòrum d'Internet: etiquetes i regles dels fòrums (2023)*. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://www.comunicare.es/foro-de-internet-etiquetas-y-reglas-de-los-foros-2023/>

Conejero, JM.; Jurado, E.; Rodríguez, R.; i Sosa, E. (2014). Utilització dels fòrums en assignatures tecnològiques (pp. 87-92). A Valverde Berrocoso, J.; Gutierrez Esteban, P. i Rodríguez Echeverría, R. (Eds.), *Jornades Campus Virtual de la Universitat d'Extremadura (2011-2014)*. Universitat d'Extremadura: Campus Virtual de la UEx i Vicerectorat d'Universitat Digital. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://dehesa.unex.es:8443/handle/10662/2715>

Escorihuela, A. (2022). *Què és un troll d'Internet i per a què serveix?* InboundCycle. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/pildora-marketing-y-ventas-96-la-amenaza-de-los-trolls>

Gil Garcia, E. (2020). *Comunicació a la xarxa. Els fòrums de discussió*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Catalunya, Espanya. Recuperat el 22/02/2024 de: <https://comunicacio-xarxa.recursos.uoc.edu/es/4-3-1-los-foros-de-discusion/>

Guitert, M. i altres (s. f.). *Orientacions sobre els debats virtuals*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Catalunya, Espanya. Recuperat el 22/02/2024 de: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/24304/9/Orientaciones%20sobre%20los%20debates%20virtuales_M%C3%B3dulo1.pdf



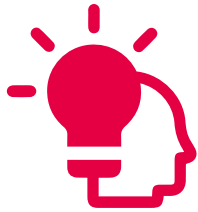
DigitAll

Resolució
de problemes

5.2

**IDENTIFICAR
NECESSITATS
I RESPOSTES
TECNOLÒGIQUES**





Resolució
de problemes

Nivell C1 5.2 Identificar necessitats
i respostes tecnològiques

Reclamacions al comerç electrònic





Reclamacions al comerç electrònic

Comerç electrònic

Amb el creixement d'Internet en els darrers temps, les accions quotidianes del dia a dia s'han vist modificades per adaptar-se a la digitalització. Un exemple d'això és el **comerç electrònic**, que es refereix a qualsevol **manera de transacció comercial** en la qual el venedor i el consumidor interactuen de **manera electrònica per intercanviar béns o serveis**.

A causa de les necessitats de la societat i a l'ús cada vegada major de les tecnologies de la informació i la comunicació, el comerç electrònic ha augmentat en els darrers anys de manera considerable, fins al punt de suposar un **20% del comerç minorista mundial**.

Així com el comerç electrònic porta nombrosos beneficis tant per als consumidors com per a les empreses, també és important destacar que té uns certs riscos i limitacions. Per aquest motiu, és fonamental que **els consumidors coneguin els drets que tenen a l'hora de comprar de manera electrònica**, així com els passos a seguir per posar una reclamació, quins són els problemes més comuns, i amb quines organitzacions poden contactar en cas de no obtenir resposta per part de l'empresa.

A continuació, en les diferents seccions d'aquest document es detallen tots aquests aspectes.



REGULACIÓ DEL COMERÇ ELECTRÒNIC

Es parla dels drets del consumidor en el món digital i de la normativa aplicable en el comerç electrònic: condicions generals de venda en línia, polítiques de privacitat, galetes, avís legal, protecció legal del consumidor.

e.digitall.org.es/A5C52CIV02

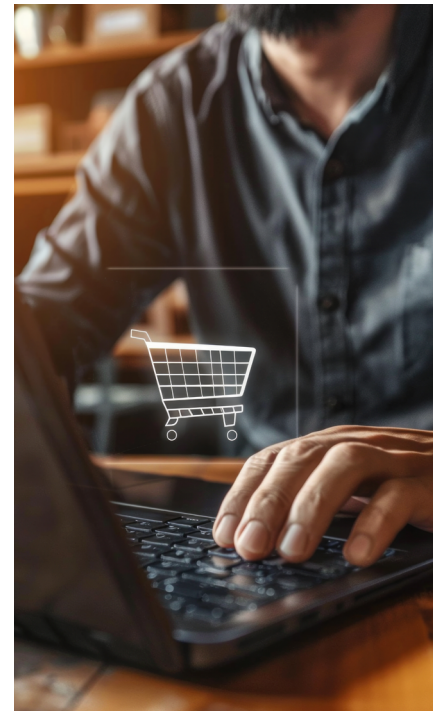
NOTA

ESTADÍSTIQUES DEL COMERÇ ELECTRÒNIC

Més de 2.640 milions de persones, gairebé un terç de la població mundial, fan compres a través d'Internet. D'aquesta manera, s'espera que el comerç electrònic generi gairebé 7 bilions de dòlars l'any 2024.

26 estadístiques del comerç electrònic: evolució i futur (2024)

(doofinder.com). Doofinder, s.f.





Drets del consumidor en el comerç electrònic

Abans d'aprofundir en els drets que tenen els consumidors en utilitzar el comerç electrònic, resulta necessari destacar que, en cap cas, han d'esperar ni rebre una protecció menor que la que recull la normativa vigent per al comerç tradicional.

Aquest aspecte apareix recollit en la **Directiva 2000/31/CE** que, encara que introdueix especificacions per adaptar la legislació a la situació del comerç electrònic, declara aplicables totes les Directives vigents referents a la protecció del consumidor.

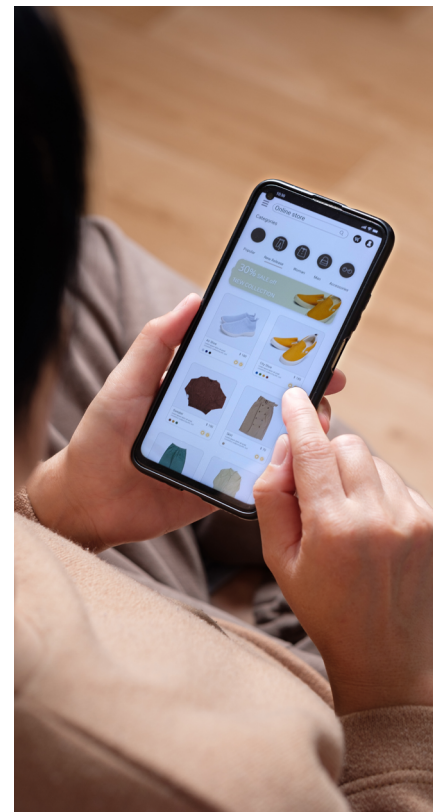
És a dir, el comerç electrònic no haurà de complir únicament la regulació vigent sobre comerç electrònic, sinó també la referent a la protecció dels consumidors.

Com a consumidor general, independentment de si la compra es produeix en el comerç tradicional o en el comerç electrònic, es té dret al següent:

- **Protecció contra els riscos** que puguin afectar la salut o seguretat.
- **Protecció dels interessos econòmics i socials.**
- **Indemnització dels danys**, i reparació dels perjudicis soferts.
- **Informació correcta sobre els béns i serveis**, així com el seu adequat ús i consum.
- **Audiència en consulta i representació** dels interessos propis a través d'associacions de consumidors i usuaris legalment constituïts.
- **Protecció dels drets propis** a través de processos eficaços, principalment, en situacions d'inferioritat, subordinació o indefensió.

No obstant això, i malgrat que aquests drets també són aplicables al comerç electrònic, l'increment d'aquesta mena de comerç ha provocat la creació d'una sèrie de drets concrets, tal com es comentava a l'inici d'aquesta secció.

A continuació, es recullen els drets que té el consumidor a l'hora de comprar per Internet.





DRETS DEL CONSUMIDOR EN EL MÓN DIGITAL

Drets del consumidor	Explicació
Conèixer la identitat del venedor	El consumidor té dret a saber qui està darrere de la compra que realitzarà, per la qual cosa el venedor ha d'incloure dades com el NIF, la denominació social o les dades de contacte al web.
Conèixer les despeses d'enviament, les condicions i els terminis	<ul style="list-style-type: none"> - Si no s'especifica cap termini de lliurament, el termini màxim no haurà de superar els 30 dies. - Si no es pot complir el termini de lliurament, el venedor haurà de comunicar-se amb el consumidor perquè decideixi si vol cancel·lar la seva comanda. - El consumidor ha de saber les despeses d'enviament abans de finalitzar el procés de compra.
Confirmació de compra	El venedor ha d' enviar al consumidor, de manera immediata , el justificant de compra.
Garantia	L'empresa ha d'informar de l' existència d'una garantia , i haurà de respondre a les faltes de conformitat en un termini de dos anys des del lliurament.
Desistiment	El consumidor té dret a deixar sense efecte el contracte de compra durant els primers 14 dies naturals després del lliurament, sense necessitat de justificació i sense penalització de cap mena. En aquest cas, hi ha excepcions relacionades amb preus subjectes a fluctuacions o per la naturalesa del producte, entre altres.
Protecció de dades personals	L'usuari té dret a conèixer com i per què s'utilitzaran les seves dades personals , a corregir-los i suprimir-los sempre que ho cregui convenient i a saber si el web utilitza galetes i per a què ho fa.
Compra segura	El consumidor té dret a poder triar la manera de pagament que consideri convenient entre les quals ofereixi el venedor, sense recàrrec.

Com mostra aquesta taula, els drets del consumidor en el comerç electrònic protegeixen a aquest durant les tres etapes de la compra: abans, durant i després. Per aquest motiu, és fonamental que el consumidor els conegui en el moment de començar una compra electrònica.

i Saber-ne més

Per obtenir més informació sobre els drets del consumidor en el comerç electrònic, es poden visitar els següents enllaços:

- **Regulació del comerç electrònic | Ministeri de Consum** (e.digitall.org.es/regulacion-ecommerce) Ministeri de Consum, s.f.
- **Els drets del consumidor en el món digital. Els seus drets avancen | Ministeri de Consum** (e.digitall.org.es/consumidor). Ministeri de Consum, s.f.
- **Els drets del consumidor a l'era digital | Ministeri de Consum** (e.digitall.org.es/consumidor-digital). Ministeri de Consum, s.f.



Reclamacions

Malgrat els drets analitzats en la secció anterior, en moltes ocasions es produeixen problemes en el procés de compra. En aquesta mena de situacions, el més recomanable és **contactar amb el venedor i fer-li saber el motiu de disconformitat** o conflicte, amb l'objectiu d'arribar a un acord i aconseguir una solució satisfactòria. No obstant això, si aquest intent de solució amistosa no té èxit, és recomanable **presentar una reclamació formal i per escrit**.

Per això, és important també que els consumidors coneguin el procés que s'ha de dur a terme per reclamar una compra en línia, així com els organismes encarregats de solucionar el problema en qüestió.

Pautes per reclamar

Quan es produeix un problema en la compra a través de comerç electrònic, els passos a seguir dependran del tipus de reclamació.

En el cas de tractar-se d'una **reclamació en matèria de consum**, el primer que cal fer és presentar una reclamació a la mateixa empresa i, després d'això, als òrgans nacionals o autonòmics competents.

⚠️ ATENCIÓ

ATENCIÓ EMPRESES DE LA UE VS. EMPRESES FORA DE LA UE

En el cas d'empreses que tinguin la seva seu oficial a la Unió Europea, serà necessari fer la reclamació a través del Centre Europeu del Consumidor, que facilita informació i assistència sobre l'adquisició d'un bé o servei en un país diferent del de residència.

Respecte de les empreses situades fora de la UE, serà necessari demanar orientació a organismes com ADICAE o a les oficines municipals d'atenció al consumidor.

Per posar la reclamació a l'empresa, aquesta mateixa haurà d'informar del procés en algun apartat del seu web sobre condicions legals o devolucions. És preferible que la reclamació s'envii a través de carta en comptes de per correu electrònic, però, en cas que l'usuari prefereixi el correu electrònic, és recomanable posar justificant de recepció i posar-se en còpia a un mateix.

👁️ NOTA

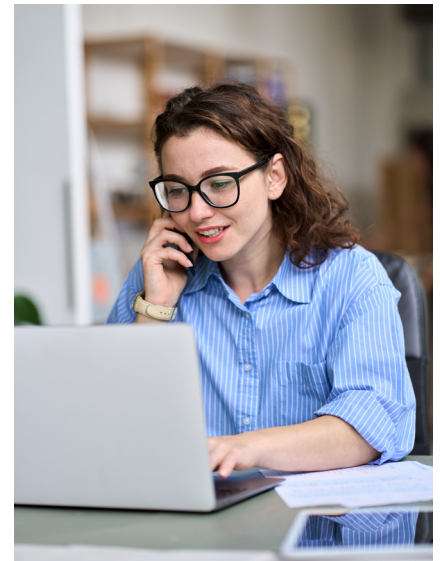
CASOS MÉS COMUNS DE RECLAMACIÓ EN COMPRES EN LÍNIA

La majoria dels usuaris que presenten una reclamació sol fer-ho perquè el producte no arriba al seu destí o el fa fora del termini establert, o perquè reben un article diferent del sol·licitat o que no era el que esperaven. A més, també es donen alguns casos en els quals el preu pagat no coincideix amb la quantitat indicada en el lloc web.



A més de ser **clar i breu** en la reclamació, és recomanable incloure les següents dades:

- 1 | Número o identificador** de la factura, a més de la data de compra.
- 2 | Nom i adreça.**
- 3 | Producte adquirit i el preu.**
- 4 | Motiu de la reclamació.**
- 5 | Còpies de documents relacionats** amb la compra com a factures o correus electrònics intercanviats.
- 6 | Accions que s'esperen de l'empresa**, és a dir, si prefereix un canvi de producte o el reemborsament dels diners.
- 7 | Data màxima** en la qual s'espera haver obtingut una resposta per part de l'empresa.



Una vegada fet això, el darrer pas és acudir a les **oficines municipals d'atenció al consumidor** o als departaments de consum dels governs autonòmics.

Si la reclamació es tracta de la **protecció de dades personals**, és necessari acudir a l'**Agència Espanyola de Protecció de Dades (AEPD)**, on la reclamació podrà presentar-se a través de la seva seu electrònica. En aquest cas, el procés serà més ràpid com més proves o indicis es presentin.

Finalment, si el motiu de la reclamació s'identifica amb **situacions tipificades** com a delictes (estafes, intoxicació pel producte, entre altres), serà competència de la policia o la Guàrdia Civil una vegada interposada la denúncia.

Aquest procés es recull, de manera més visual, a la figura 1.



Figura 1. "Reclamacions comerç electrònic". Elaboració pròpia a partir de Adicae (2020; s.f.).



Associacions per contactar

Existeixen una sèrie d'associacions amb les quals el consumidor pot contactar per donar a conèixer la seva situació.

1 | Oficina Municipal d'Informació al Consumidor (OMIC)

És un **servei gratuït** encarregat de **proporcionar informació i orientació als consumidors, així com mediar en els conflictes que puguin sorgir** entre aquests i les empreses amb l'objectiu de trobar una solució amistosa. Aquest servei pot ser utilitzat per qualsevol consumidor, i per reclamar és necessari formular la reclamació de manera detallada, en què s'inclou què se sol·licita i aportant una certa documentació (dades personals, dades de l'empresa i documentació relativa al cas).

2 | Direcció General de Comerç, Consum i Serveis

Aquest organisme s'encarrega principalment de **tramitar les reclamacions i denúncies dels consumidors** en matèria de consum, però també duu a terme altres funcions: assessorament en matèria de consum; seu per a l'arbitratge de consum; sol·licitud i lliurament als empresaris dels fulls de reclamacions del Sistema Unificat de Reclamacions; inspecció i procediment sancionador; formació especialitzada en consum; i suport a les associacions de consumidors i organitzacions empresarials.

3 | FACUA

També coneguda com a FACUA-Consumidors en Acció, és una **organització governamental sense ànim de lucre** que va ser creada el 1981 **per a la defensa dels drets dels consumidors**. Aquesta organització ofereix notícies d'actualitat sobre qüestions que afecten els consumidors, organitza campanyes reivindicatives per frau massius, i proporciona ajuda i respostes als dubtes o problemes que puguin tenir els consumidors sobre els seus drets o compres.

4 | Organització de Consumidors i Usuaris

També coneguda com a OCU, aquesta organització espanyola és una **associació privada, independent i sense ànim de lucre** que es va formar l'any 1975 amb l'objectiu de **donar informació i atenció als consumidors, així com defensar els seus interessos**. D'aquesta manera, cerquen

⚠️ ATENCIÓ

ASSOCIACIONS PER RECLAMAR

Algunes associacions comentades poden tenir diferències en el nom segons la comunitat autònoma a la qual es refereixin. En aquest cas, s'han pres com a referència les de la Comunitat de Madrid, encara que és important assenyalar que serà necessari dirigir-se a la de la comunitat autònoma corresponent per dur a terme el procés de reclamació.



crear una societat de consum transparent i justa. Per això, compten amb publicacions, assessorament personalitzat i expert i fins i tot activitats que permeten que l'OCU tingui presència en la societat i proporcioni als consumidors la informació suficient per a prendre les millors decisions de consum.

5 | Sistema arbitral de consum

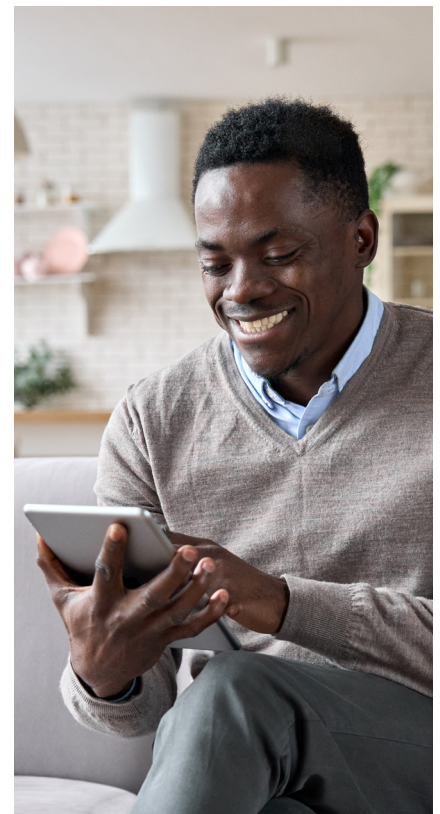
Aquest sistema és l'instrument que posen les administracions públiques a la disposició dels ciutadans perquè puguin **resoldre de manera ràpida, eficaç i econòmica els conflictes i reclamacions que es produeixen en les relacions de consum**. Per això compten amb dos òrgans fonamentals. D'una banda, les juntes arbitral s'encarreguen de l'administració de l'arbitratge, és a dir, rebran la sol·licitud d'arbitratge i comprovaran que és admissible i que totes dues parts accepten la resolució a través d'aquest procés. D'altra banda, els òrgans arbitral són els qui coneixen la controvèrsia i emeten el laude, per la qual cosa seran els encarregats de resoldre la reclamació després d'haver sentit totes dues parts.

6 | Centre Europeu del Consumidor

També conegut com a CEC a Espanya, és un projecte **finançat per la Unió Europea i pel Ministeri de Drets Socials, Consum i Agenda 2030**. Forma part dels Centres Europeus de Consumidors de la Unió Europea, i ofereix informació, assistència i assessorament de manera gratuïta i personalitzada als consumidors nacionals que tenen problemes amb alguna transacció realitzada en un altre país. En aquest sentit, l'objectiu principal d'aquest organisme és que els consumidors coneguin els seus drets.

7 | Econsumer.gov

És un projecte de la Xarxa Internacional de **Protecció del Consumidor i Aplicació de la Llei (ICPEN)** en el qual col·laboren més de 65 agències de protecció al consumidor. Va començar en 2001 i, des d'aquest moment, facilita als consumidors reportar fraus internacionals i conèixer les mesures que pot dur a terme per combatre aquestes situacions. A més, aquestes queixes permeten a les agències de protecció obtenir informació sobre les noves tendències globals i treballar per evitar fraus internacionals.





A més d'aquests organismes concrets, existeixen altres associacions de consumidors i usuaris, com FUCI o ADICAE, a les quals es pot acudir per a obtenir informació o assessorament sobre un problema durant un procés de transacció.

Com s'ha pogut comprovar al llarg d'aquest document, hi ha gran quantitat d'accions que es poden dur a terme per solucionar els problemes que puguin sorgir durant una transacció electrònica, per la qual cosa és fonamental que els consumidors siguin conscients d'això per poder evitar i solucionar aquestes situacions.

Saber-ne més

RECLAMACIONS I ASSOCIACIONS DE CONTACTE

A través dels següents enllaços es pot aprofundir en el procés a seguir per posar una reclamació, així com obtenir més informació sobre les principals associacions de contacte en aquests casos.

- **Com reclamar una compra en línia i on fer-ho** (consumidordigital.org). ADICAE, 2020.
- **Reclamacions | Consumidor digital** (e.digitall.org.es/reclamaciones) ADICAE, s.f.
- **OMIC - Què és l'OMIC? - Ajuntament de Madrid** (e.digitall.org.es/omic). Ajuntament de Madrid, s.f.
- **Conegueu què fem i com us podem ajudar des de la Direcció General de Comerç, Consum i Serveis de la Comunitat de Madrid | Comunitat de Madrid** (e.digitall.org.es/consumo). Comunitat de Madrid, s.f.
- **FACUA-Consumidors en Acció** (facua.org). FACUA, s.f.
- **Valors de l'OCU: Compromís i Defensa de Drets | OCU** (e.digitall.org.es/ocu-info). OCU, s.f.
- **Sistema Arbitral de Consum | Ministeri de Consum** (e.digitall.org.es/arbitral). Ministerio de Consumo, s.f.
- **Òrgans | Ministeri de Consum** (e.digitall.org.es/organos). Ministerio de Consumo, s.f.
- **Centre Europeu del Consumidor a Espanya - Ministeri de Consum - Qui som** (e.digitall.org.es/cec). Centre Europeu del Consumidor Espanya, s.f.

**i Saber-ne més**

ADICAE (2020). *Com reclamar una compra en línia i on fer-ho*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.consumidordigital.org/reclamar-compra-online/>

ADICAE (s.f.). *Drets dels usuaris. Les reclamacions al comerç electrònic*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.consumidordigital.org/reclamaciones/>

Ajuntament de Madrid (s.f.). *Què és l'OMIC?* Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Actividad-economica-y-hacienda/Consumo/OMIC/?vgnextfmt=default&vgnextoid=96626831e4c2a010VgnVCM10000026205a0aRCRD&vgnnextchannel=920b6d5ef88fe410VgnVCM1000000b205a0aRCRD&idCapitulo=3022180>

Centre Europeu del Consumidor Espanya (s.f.). *Qui som*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://cec.consumo.gob.es/CEC/conocenos/quienesSomos/home.htm>

Comunitat de Madrid (s.f.). *Conegueu què fem i com us podem ajudar des de la Direcció General de Comerç, Consum i Serveis de la Comunitat de Madrid*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo/conozca-hacemos-podemos-ayudarle-direccion-general-comercio-consumo-servicios-comunidad-madrid>

Doofinder (s.f.). *26 estadístiques d'eCommerce: evolució i futur (2024)*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: https://www.doofinder.com/es/blog/estadisticas-de-ecommerce#4_Compras_por_internet_Estadisticas_2024

FACUA (s.f.). *Qui som*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://facua.org/>

Ministeri de Consum (s.f.). *Els drets del consumidor al món digital. Els seus drets avancen*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.consumo.gob.es/es/consumo/divulgacion/diaMundial/2019>

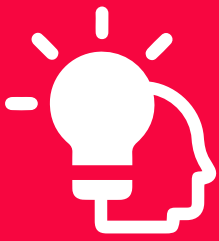
Ministeri de Consum (s.f.). *Els drets del consumidor a l'era digital*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://consumo.gob.es/es/consumo/los-derechos-del-consumidor-en-la-era-digital>

Ministeri de Consum (s.f.). *Òrgans*. Recuperat el 11 de març de 2024 de: <https://www.consumo.gob.es/es/consumo/sistemaArbitral/organos>

Ministeri de Consum (s.f.). *Regulació del comerç electrònic*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.consumo.gob.es/es/consumo/regulacion-comercio-electronico>

Ministeri de Consum (s.f.). *Sistema Arbitral de Consum*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.consumo.gob.es/es/consumo/sistema-arbitral-consumo>

OCU (s.f.). *Qui som: coneix OCU*. Recuperat l'11 de març de 2024 de: <https://www.ocu.org/info/quienes-somos#Quienes%20somos>

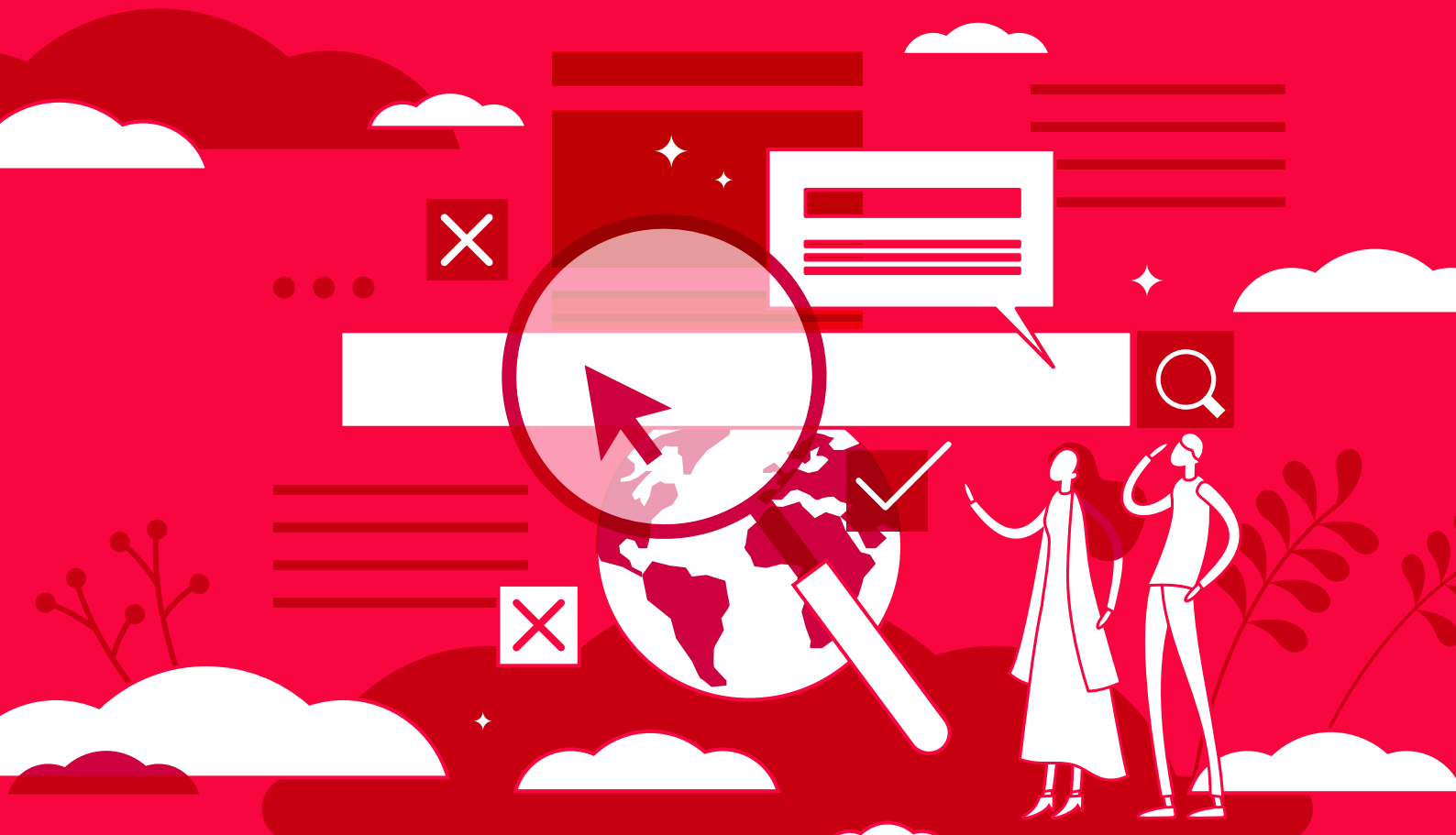


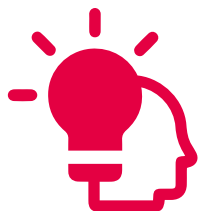
DigitAll

Resolució
de problemes

5.3

ÚS CREATIU
DE LA TECNOLOGIA
DIGITAL





Resolució
de problemes

Nivell C1 5.3 Ús creatiu
de la tecnologia digital

Màrqueting de correu electrònic





Màrqueting de correu electrònic

Fonaments del màrqueting de correu electrònic

El **màrqueting de correu electrònic** es una eina poderosa en el món digital, que permet a les marques connectar-se directament amb la seva audiència. A continuació, s'introdueix què és el màrqueting per correu electrònic i els seus fonaments, seguit d'una anàlisi dels seus avantatges i desavantatges, oferint una visió clara per al seu ús efectiu.



INTRODUCCIÓ AL MÀRQUETING DIGITAL

S'explica què és el màrqueting, quines són les seves característiques, quines funcions compleix i quins avantatges aporta el seu ús. També s'esmenten breument algunes de les estratègies de màrqueting digital més utilitzades en l'actualitat per a petits projectes o empreses emergents: posicionament SEO, SEM i SSM (explicant la diferència entre elles), màrqueting per correu electrònic i màrqueting de continguts.

e.digitall.org.es/A5C53C1V05



Què és el màrqueting per correu electrònic

El **màrqueting per correu electrònic** és una estratègia clau dins del màrqueting digital. S'utilitza per promocionar productes i serveis directament **a través del correu electrònic**. Aquesta forma de màrqueting no només cerca incrementar les vendes o la lleialtat dels clients cap a una marca, sinó també **educar el públic sobre els seus valors i mantenir-hi un compromís constant**.

Per exemple, una llibreria pot fer servir el màrqueting per correu electrònic per enviar als seus clients informació sobre llançaments de nous llibres, ofertes especials o esdeveniments pròxims, tot mantenint així una comunicació directa i personalitzada amb la seva audiència.



A més de la seva utilitat per promocionar i educar, els fonaments del correu màrqueting es basen en la construcció d'una **comunicació bidireccional** entre la marca i la seva audiència. Aquest enfocament permet **recopilar dades valuoses sobre les preferències i comportaments del consumidor**, la qual cosa al seu torn facilita la personalització de futures comunicacions i ofertes. La segmentació del públic segons diversos criteris,

i Saber-ne més

Màrqueting per correu electrònic (e.digital.org.es/mailchimp). MailChimp.

Avantatges i desavantatges

El **màrqueting per correu electrònic** es posiciona com una eina **estratègica en la comunicació amb clients i potencials** lectors, oferint tant oportunitats úniques com enfrontant-se a uns certs reptes. A continuació, es detallen els avantatges i desavantatges d'aquesta tècnica de màrqueting:

AVANTATGES I DESAVANTATGES DEL MÀRQUETING PER CORREU ELECTRÒNIC

Avantatges	Desavantatges
<p>És econòmic El seu cost és baix per a contactar clients o lectors.</p>	<p>Necessitat de permís Requereix consentiment per enviar missatges.</p>
<p>És versàtil Ideal per difondre notícies, promocions i més.</p>	<p>Manteniment de contactes És essencial afegir nous contactes constantment.</p>
<p>Alta efectivitat en vendes Complementa estratègies de màrqueting per millorar resultats.</p>	<p>Desafiament amb les baixes Les bases de dades poden disminuir per gent que elimina la seva subscripció o correus no desitjats.</p>
<p>No té restriccions de contingut És útil per a productes amb limitacions publicitàries en altres canals.</p>	<p>Problemes amb el correu brossa És difícil tenir control sobre els correus marcats com a correu brossa.</p>
<p>Fidelització Excel·lent eina per a l'etapa final de l'embut de conversió.</p>	<p>Ineficàcia de bases comprades A vegades, les bases de dades adquirides no són efectives.</p>

i Saber-ne més

Màrqueting per correu electrònic: avantatges i desavantatges (e.digital.org.es/email-marketing) Itzayana Ríos (El Economista). LinkedIn.



Claus per a l'èxit del màrqueting per correu electrònic

Per aconseguir l'èxit en el màrqueting per correu electrònic, és imprescindible **desenvolupar una estratègia ben definida** i orientada a objectius clars. A continuació, s'exploraran les etapes fonamentals per construir una campanya eficaç, des de la comprensió del públic objectiu fins al mesurament i anàlisi de resultats.

Passos per crear una estratègia

És essencial seguir una sèrie de **passos ben definits** que guiïn el procés des de la concepció fins a l'execució i anàlisi. A continuació, es detallen aquests passos clau:

1 | Construir una llista de contactes: l'inici de qualsevol estratègia reeixida d'email màrqueting radica en la construcció d'una **base sòlida de subscriptors**. Captar aquests subscriptors de manera ètica és fonamental. Una tàctica efectiva és oferir incentius valuosos a canvi de la seva adreça de correu electrònic. Aquests incentius poden ser descomptes, seminaris web, guies gratuïtes o continguts exclusius que aportin valor al subscriptor.

2 | Definir l'audiència: comprendre qui compon l'audiència de l'empresa és vital per a la personalització i segmentació dels missatges. Aquesta comprensió permet adaptar les **comunicacions a les característiques, interessos i comportaments específics dels subscriptors**, per la qual cosa augmenta així la rellevància i eficàcia de les campanyes. La segmentació pot basar-se en criteris de diferents tipus (Figura 1).

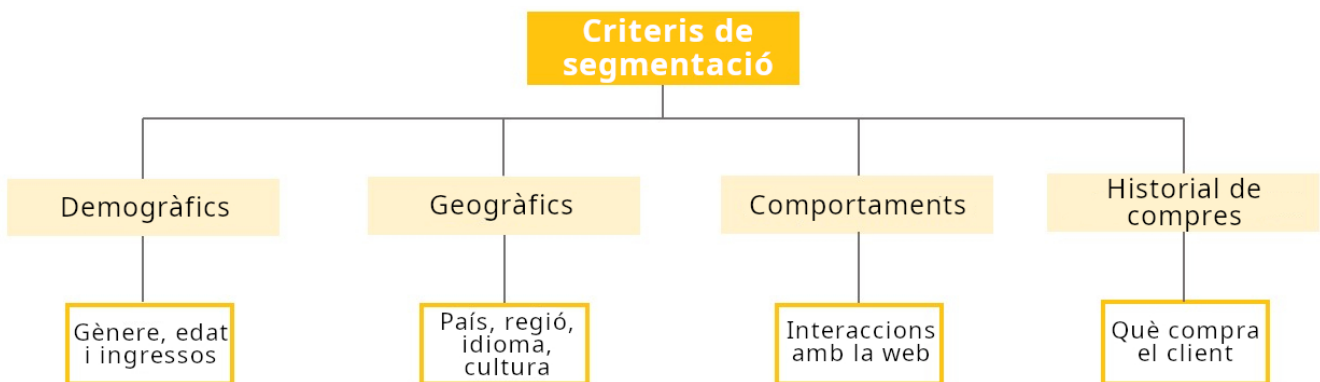


Figura 1. "Reclamacions comerç electrònic". Elaboració pròpia a partir de Adicae (2020; s.f.).



3 | Establir objectius

Els objectius de la campanya de màrqueting per correu electrònic han d'alinejar-se amb els **objectius de màrqueting generals** i ser específics, mesurables, assolibles, rellevants i temporals (**SMART**).

4 | Triar la tipologia de la campanya

Existeixen diferents tipus de campanyes màrqueting per correu electrònic, cadascuna amb un propòsit i públic objectiu específics (Figura 2).

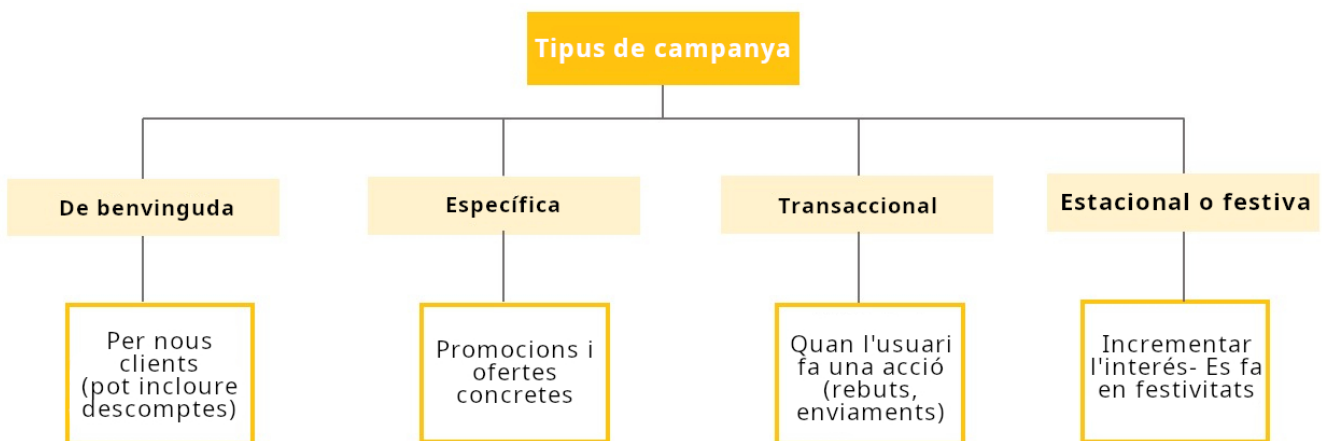


Figura 2. Tipus de campanya de màrqueting per correu electrònic. Elaboració pròpia.

i Saber-ne més

Màrqueting per correu electrònic: com utilitzar-ho per fidelitzar els teus clients (e.digitall.org.es/fidelizar) Cambra de Comerç d'Alacant.

Monitoratge

Per optimitzar les campanyes d'email màrqueting, el monitoratge, juga un paper crucial. Aquesta consisteix en el seguiment i anàlisi contínua de les accions i reaccions dels destinataris als correus electrònics enviats. A través de l'avaluació de mètriques específiques i la implementació de proves A/B, és possible afinar les estratègies per maximitzar l'impacte i l'eficàcia. A continuació, es detallen les estratègies de monitoratge essencials:

1 | Mètriques clau

- **Taxa de rebot:** mesura el percentatge de correus no lliurats. Una alta taxa de rebot pot indicar problemes amb la qualitat de la llista de contactes.



- **Taxa d'obertura:** reflecteix el percentatge de subscriptors que obren el correu. És un indicador directe de l'interès i la rellevància del contingut per a l'audiència.
- **Taxa de clics:** mostra la proporció d'usuaris que fan clic en els enllaços del correu. És crucial per avaluar l'efectivitat dels anomenats a l'acció i el contingut.
- **Taxa de cancel·lació:** indica el percentatge de subscriptors que s'esborren de la llista de contactes. Un augment pot assenyalar la necessitat de revisar la freqüència o rellevància dels enviaments.
- **Taxa de queixes per correu brossa:** el percentatge d'usuaris que marquen el correu com correu brossa. És vital mantenir-la tan baixa com sigui possible per assegurar una bona entregabilitat.
- **Taxa de conversió:** mesura el percentatge d'usuaris que realitzen l'acció desitjada després de fer clic en un enllaç. És essencial per valorar el retorn d'inversió de la campanya.

2 | Proves A/B

És una tècnica que permet **comparar dues versions** d'un correu per determinar quin funciona millor. Es poden variar elements com l'anomenada a l'acció, el disseny o els gràfics. Dividir la llista de subscriptors en grups i canviar aquests elements ajuda a identificar quins aspectes generen més compromís o fidelitat i conversions.

Saber-ne més

Seguiment de correus electrònics: consells i avantatges clau
(e.digitall.org.es/seguinto) MailChimp.





Eines de màrqueting per correu electrònic

En el panorama actual del màrqueting digital, les eines de màrqueting per correu electrònic juguen un paper crucial en la **comunicació efectiva** entre les marques i les seves audiències. Amb una varietat d'opcions disponibles, cada eina ofereix característiques úniques dissenyades per a satisfer diverses necessitats de negoci.

A continuació, es presenten algunes de les **eines més destacades** i el que es pot aconseguir amb cadascuna:

1 | HubSpot

HubSpot (Figura 3) és una plataforma integral que ofereix una solució tot en un per a la creació, personalització i optimització de campanyes d'email màrqueting, integrades amb el seu robust CRM. Permet una automatització detallada basada en l'activitat de l'usuari i els detalls de contacte, i així facilita una **comunicació altament personalitzada**.



Figura 3. Logo HubSpot. Extret de Wikipedia.

AVANTATGES I DESAVANTATGES DE HUBSPOT

Avantatges	Desavantatges
Facilitat d'ús sense coneixements tècnics avançats.	Requereix plans de pagament per a funcionalitats avançades
Personalització profunda i seguiment a través del CRM.	

2 | MailChimp

MailChimp (Figura 4) sobresurt per la seva capacitat d'integració amb diverses plataformes de comerç electrònic i sistemes de gestió de contingut, com **WooCommerce, Magento i Wordpress**. Ofereix eines analítiques avançades i suport telefònic, convertint-ho en un aliat poderós per a l'automatització de campanyes de màrqueting per correu electrònic.



Figura 4. Logo MailChimp. Extret de 1000 Logos.

AVANTATGES I DESAVANTATGES DE MAILCHIMP

Avantatges	Desavantatges
Pla gratuït generós per a petites i mitjanes empreses.	Els informes poden mancar de profunditat.
Ús de dades i automatització per optimitzar campanyes.	



3 | Benchmark

Benchmark (Figura 5) dirigeix el seu enfocament a **empreses sense equip de disseny o IT**, i així ofereix una solució de màrqueting per correu electrònic que destaca per la seva facilitat d'ús. Permet la integració amb plataformes com Zoho, LinkedIn i Shopify, i facilita la creació de correus electrònics atractius amb el seu editor d'arrossegar i deixar anar.



Figura 5. Logo Benchmark. Extret de Benchmark Email.

AVANTATGES I DESAVANTATGES DE BENCHMARK

Avantatges	Desavantatges
Editor d'arrossegar i deixar anar amb diverses plantilles.	Limitacions en proves A/B i automatitzacions.
Funcions d'automatització i neteja de llistes.	

4 | Zoho Campaigns

Zoho Campaigns (Figura 6) és ideal per a negocis en creixement que cerquen una integració fluida amb Zoho CRM. Les seves funcions inclouen proves A/B, informes detallats i una varietat de plantilles accessibles fins i tot en el pla gratuït, tot orientat cap a una **personalització i automatització avançades**.



Figura 6. Logo Zoho Campaigns. Extret de Zoho.

AVANTATGES I DESAVANTATGES DE ZOHOCAMPAIGNS

Avantatges	Desavantatges
Personalització i automatització avançades.	Pot requerir personalització inicial.
Preus accessibles per a escalabilitat.	

4 | SendPulse

SendPulse (Figura 7) es distingeix per la seva modularitat en la contractació de serveis i la possibilitat d'enviar fins a 15.000 correus electrònics mensuals de manera gratuïta. El seu enfocament multicanal abasta des del correu electrònic fins a les notificacions web push i xatbots, i oferir una rica varietat d'eines per interactuar amb l'audiència.



Figura 7. Logo SendPulse. Extret de Wikimedia Commons.



AVANTATGES I DESAVANTATGES DE SENDPULSE

Avantatges	Desavantatges
Reenviament de correus no oberts amb diferents línies d'assumpte.	Requereix explorar diverses funcionalitats.
Enfocament multicanal ampli.	

⚠️ ATENCIÓ

És important tenir en compte que...

Cada eina proporciona un conjunt únic de funcions dissenyades per satisfer diverses necessitats de màrqueting per correu electrònic, des de la personalització i automatització fins a la integració i anàlisi. L'elecció dependrà dels objectius específics, la grandària de l'audiència i les capacitats tècniques de l'equip de màrqueting.

i Saber-ne més

Les millors 21 eines gratuïtes de màrqueting de correu electrònic del 2024 (e.digitall.org.es/free-emailmarketing) HubSpot.



**i Saber-ne més**

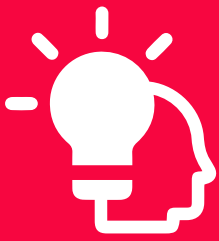
Cambra de comerç d'Alacant. (2022). Màrqueting per correu electrònic per fidelitzar clients. Recuperat l'1/03/2024 de: <https://ticnegocios.camaralicante.com/wp-content/uploads/2022/02/Email-Marketing-para-fidelizar-clientes.pdf>

HubSpot. (2023). Les millors eines de correu electrònic màrqueting gratuïtes. Recuperat l'1/03/2024 de: <https://blog.hubspot.es/marketing/mejores-herramientas-email-marketing-gratis>

MailChimp. (2023). Guia de seguiment de correus electrònics. Recuperat l'1/03/2024 de: <https://mailchimp.com/es/resources/email-tracking-guide/>

MailChimp. (s.f.). Màrqueting per correu electrònic. Recuperat l'1/03/2024 de: <https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/email-marketing/>

Ríos Rivera, I. (2023). Màrqueting per correu electrònic: Avantatges i desavantatges. LinkedIn. Recuperat l'1/03/2024 de: <https://www.linkedin.com/pulse/e-mail-marketing-ventajas-y-desventajas-itzayana-r%C3%ADos-rivera/?originalSubdomain=es>



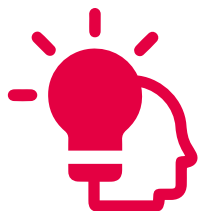
DigitAll

Resolució
de problemes

5.4

**IDENTIFICAR
LLACUNES A LES
COMPETÈNCIES
DIGITALS**





Resolució de problemes

Nivell C1 5.4 Identificar llacunes
a les competències digitals

Google Activa't





Google Activa't

Què és *Grow with Google*?

En un món cada vegada més digitalitzat i en constant evolució, mantenir-se actualitzat pel que fa a **habilitats digitals** s'ha tornat fonamental per a l'èxit personal i professional.

La importància d'aquesta actualització radica en la **capacitat d'adaptació**, la millora contínua d'habilitats i l'aprofitament de les oportunitats que ofereix la tecnologia.



⚠️ ATENCIÓ

UNA DE LES CLAUS DE L'ÈXIT

Les persones que estan disposades a invertir en el seu desenvolupament digital estan més ben posicionades per tenir èxit en un entorn laboral en constant canvi.

Plataformes com "*Grow with Google*" ofereixen **recursos educatius gratuïts i programes de formació en línia** per millorar les habilitats digitals de les persones. A través d'aquesta plataforma Google pretén ajudar els usuaris a adquirir habilitats en àrees com a màrqueting digital, desenvolupo web o anàlisi de dades, entre altres.

En el present document, s'aprofundirà en un dels programes més coneguts de "*Grow with Google*" anomenat "**Google Activa't**". Es farà una presentació del programa i es facilitaran instruccions per fer qualsevol dels seus cursos formatius.



PLATAFORMES D'APRENTATGE EN LÍNIA DE COMPETÈNCIES DIGITALS

Es fa referència als principals formats d'aprenentatge en línia ja vists i s'esmenten algunes plataformes de cada tipus, assenyalant algunes de les seves característiques: YouTube, Vimeo (videotutorials); Zoom, Webex (seminaris web); Coursera, Udemy, Google Activa't, LinkedIn Learning (cursos e-learning); edX, MiriadaX, Udacity, Udemy (MOOC); Stack Overflow, GitHub (comunitats en línia sobre tecnologia).

e.digitall.org.es/A5C54B1V03



Google Activa't

Google Activa't és un programa dins de la plataforma "Grow with Google" que té com a objectiu **oferir cursos gratuïts per adquirir habilitats digitals** i millorar el perfil tecnològic de les persones en el món laboral actual.

A través de Google Activa't els usuaris poden accedir a una àmplia varietat de cursos dins dels seus **13 temes** (figura 1). Dissenyats per ser accessibles per a qualsevol persona interessada a aprendre, independentment del seu nivell d'experiència prèvia en continguts relacionats amb la tecnologia.



Figura 1. Temes dels cursos de Google Activa't. Elaboració pròpia.

D'altra banda, els cursos estan dividits en dues grans categories que impliquen un objectiu més concret: **"Millorar la meva carrera"** i **"Millorar el meu negoci"**. En ambdues categories es poden trobar cursos dels tretze temes aplicats a cadascun dels objectius.

En aquest desplegable es troben de manera sintetitzada **possibles objectius que l'usuari** podria voler complir per millorar la seva candidatura professional o el seu negoci depenent la categoria seleccionada.

A continuació, en els següents epígrafs es desenvoluparan cadascuna de les categories, amb la finalitat d'explorar què ofereixen.

⚠️ ATENCIÓ

ACCÉS A LES CATEGORIES

Per començar, només s'ha de seleccionar una d'aquestes dues categories en la pàgina d'inici (grow.google/intl/es) i triar el tema en el qual es vol formar l'usuari en el desplegable "Veure tot", sota la pregunta "I què t'agradaria fer?" (Figura 2).

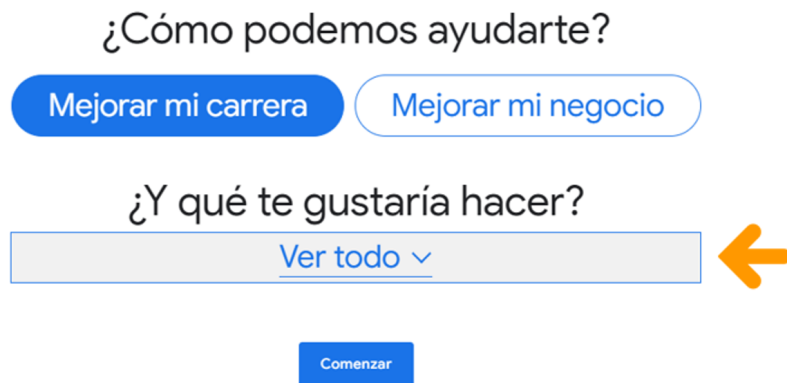


Figura 2. Accedir a una categoría amb Google Activa't. Elaboració pròpia.

Cursos per “Millorar la meva carrera”

En la categoria de “Millorar la meva carrera” l’usuari pot **millorar les seves habilitats laborals i avançar en la seva carrera professional**. Els temes poden incloure habilitats de lideratge, treball en equip, comunicació efectiva, gestió del temps, entre altres aspectes rellevants per a l'àmbit laboral.

Quan desplegam la pàgina d'inici després de seleccionar aquesta categoria és possible trobar els següents objectius:

- **Preparar-me** per a una nova feina.
- **Aprendre** tècniques de comunicació.
- **Millorar** la meva productivitat.
- **Aprendre** sobre màrqueting digital.
- **Aprendre** a programar i desenvolupar.
- **Iniciar-me** en intel·ligència artificial.
- **Iniciar-me** en computació al núvol.
- **Millorar** la meva seguretat en línia.
- **Aprendre** disseny.
- **Millorar** el meu benestar digital.
- **Promoure** la diversitat.
- **Aprendre** sobre sostenibilitat.
- **Entendre** la meva audiència.
- **Començar a vendre** en línia.
- **Expandir** el meu negoci.
- **Protegir** el meu negoci a Internet.



Cursos per “Millorar el meu negoci”

En la categoria de “Millorar el meu negoci” l’usuari pot **aconseguir objectius per al creixement de la seva empresa**. Els temes poden incloure des de la transformació digital fins a l’expansió internacional.

Quan lliscam, desplegam la pàgina d’inici després de seleccionar aquesta categoria és possible trobar els següents objectius:

- Aprendre sobre **màrqueting digital**.
- Entendre la **meva audiència**.
- Començar a **vendre en línia**.
- **Expandir el meu negoci**.
- Millorar la **productivitat** del meu negoci.
- Protegir **el meu negoci** a Internet.
- Aprendre **programació i desenvolupament web**.
- Iniciar-me en **intel·ligència artificial**.
- Iniciar-me en **computació al núvol**.
- Promoure **la diversitat**.
- Aprendre sobre **sostenibilitat**.



Metodologia d’estudi

Google Activa’t brinda **oportunitats d’aprenentatge** a persones de tot el món. La seva metodologia es basa a **proporcionar un entorn d’estudi interactiu i dinàmic que facilita l’adquisició de nous coneixements i habilitats**. A continuació, s’exposen diferents eines que fan possible aquesta metodologia:

- 1 | Contingut interactiu:** permet als usuaris participar activament en el seu aprenentatge. Això pot incloure presentacions interactives, simulacions, infografies i altres recursos que fan que el procés d’aprenentatge sigui més atractiu i efectiu.
- 2 | Vídeos explicatius:** aborden els conceptes clau de cada curs de manera clara i concisa. Són una eina útil per comprendre millor els temes.
- 3 | Exercicis pràctics:** els usuaris tenen l’oportunitat de posar en pràctica l’après. Aquests exercicis els permeten aplicar els coneixements teòrics en situacions reals.



4 | Avaluacions: els usuaris tenen l'oportunitat d'avaluar la seva comprensió mitjançant proves i avaluacions. Aquestes els permeten verificar el seu progrés i reforçar els conceptes que necessiten millorar.

A més, Google Activa't també **col·labora amb institucions educatives i organitzacions locals** per oferir programes presencials i esdeveniments relacionats amb el desenvolupament professional i l'emprenedoria. Aquestes iniciatives **complementen l'experiència educativa** quan brinden oportunitats d'aprenentatge addicionals i la possibilitat d'interactuar amb experts i professionals del camp.

Certificacions

La plataforma "Grow with Google" ofereix la possibilitat d'obtenir un certificat professional en alguns dels seus cursos. Google ofereix dues modalitats de certificat professional: **de pagament i sense cost**.

NOTA

QUÈ ÉS UN CERTIFICAT PROFESSIONAL?

És un document oficial que acredita que una persona ha completat amb èxit un programa formatiu en un camp específic. Aquests certificats són atorgats per institucions educatives, organitzacions professionals, empreses o entitats governamentals reconegudes.

Tots els programes educatius oferits per Google es poden trobar en Coursera.org, una plataforma educativa a Internet. Aquests programes estan dissenyats per ensenyar **habilitats professionals importants en àrees amb molta demanda** i creixement, com l'anàlisi de dades, la ciberseguretat, el suport de tecnologies de la informació, la gestió de projectes i el disseny d'experiències d'usuari

ATENCIÓ

ACCÉS SENSE REQUISITS

El que és interessant és que no es requereix experiència prèvia ni una titulació específica per participar en aquests cursos.

Saber-ne més

Certificats de professionalitat (e.digitall.org.es/certificados) Comunitat de Madrid.

Grow with Google (grow.google/intl/es)



Com utilitzar Google Activa't?

Una vegada definida la categoria en la qual es desitja adquirir competències el navegador redirigeix a un **índex de cursos oferts** dins de Google Activa't d'accés gratuït (figura 3), encara que s'ha de tenir en compte que les certificacions professionals podrien ser de pagament.

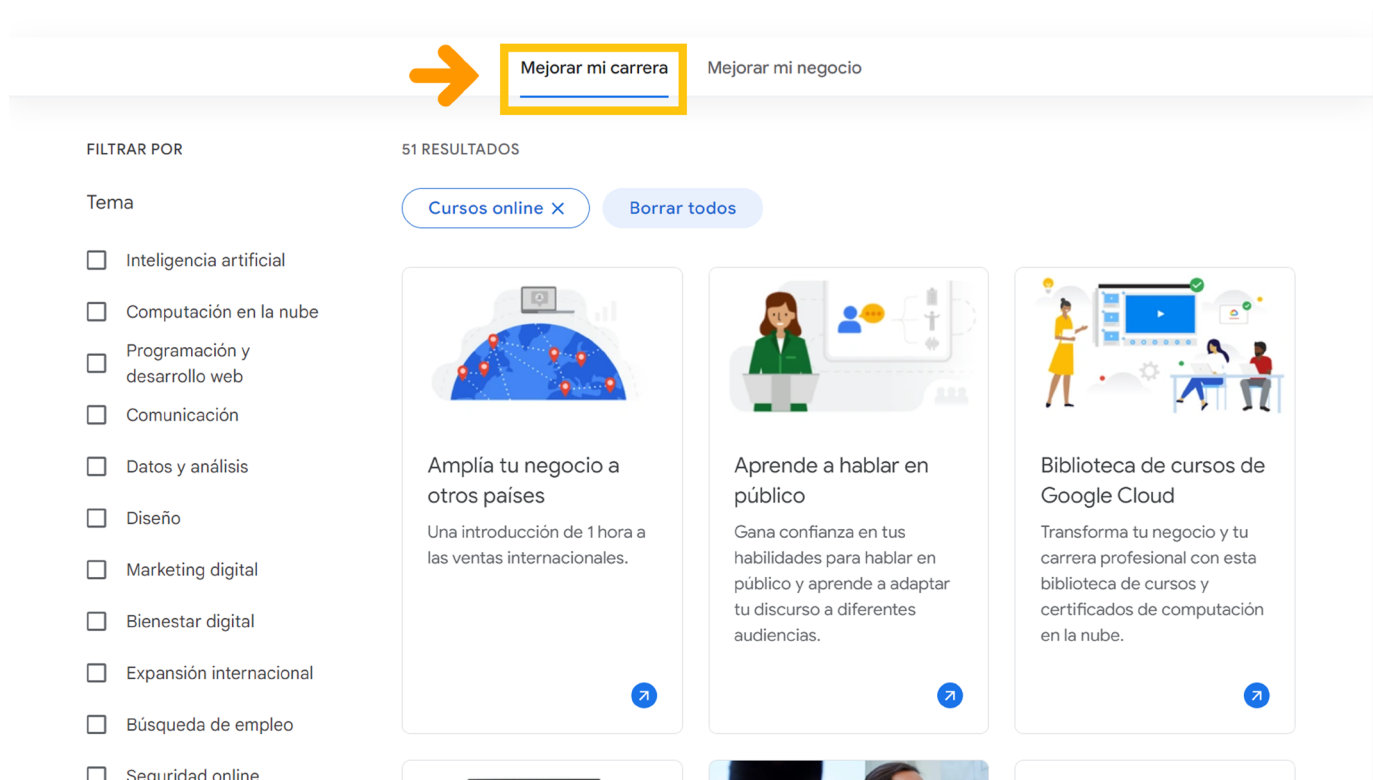


Figura 3. Cursos en categoría "Millorar la meva carrera". Elaboració pròpia.

Utilitzar filtres per a la cerca de cursos

Per facilitar la cerca de cursos en les temàtiques que l'usuari consideri importants per al seu desenvolupament professional, la plataforma de "Grow with Google" ofereix filtres de cerca en el lateral esquerre (figura 4). En cas d'equivocació amb la selecció de filtres pots emprar el botó "Esborrar tots".

Es pot filtrar la cerca per quatre tipus de filtre: per tipus, per tema, per certificat i per durada. A continuació, s'explica breument les funcions de cadascun.

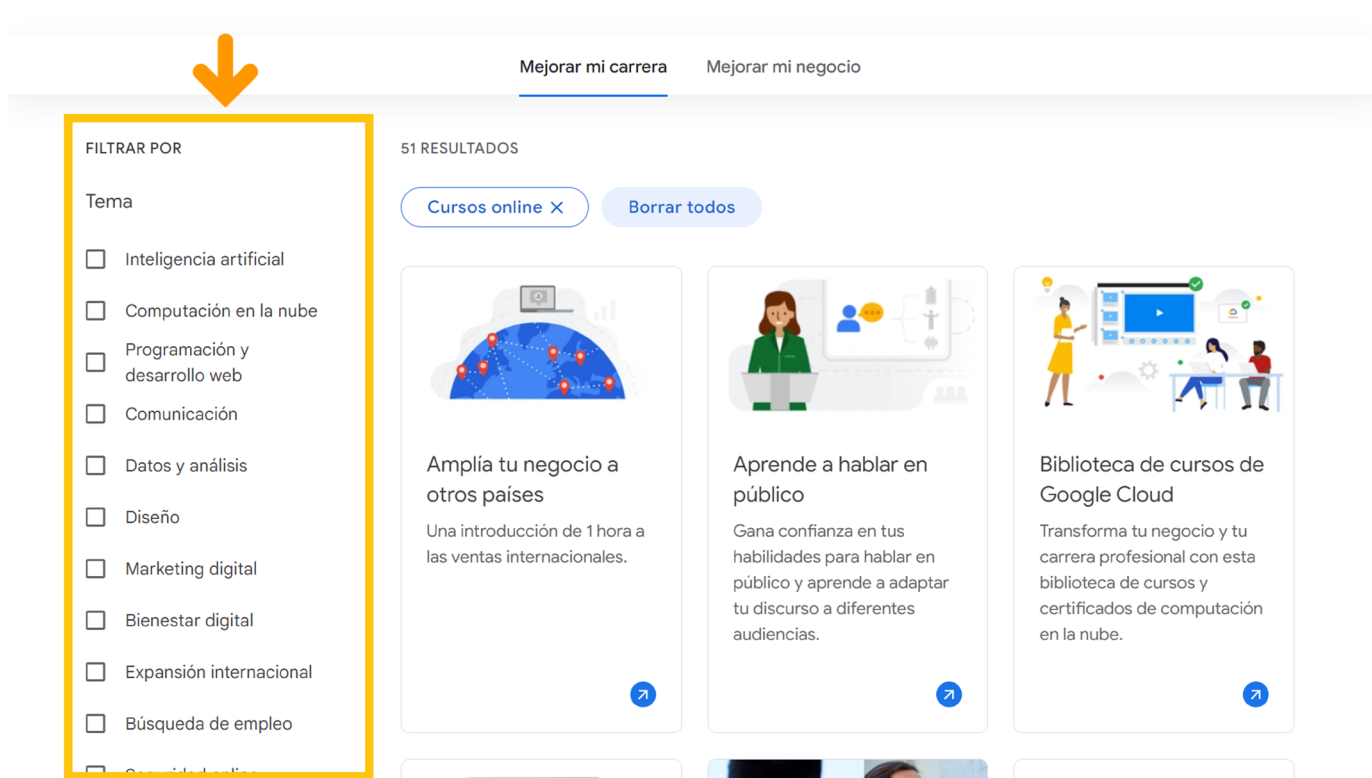


Figura 4. Filtres de cerca. Elaboració pròpia.

Per accedir als cursos és important identificar en aquesta columna en l'apartat **“Tipus” l’opció “Cursos en línia”** per accedir als cursos del programa de “Google Activa’t” (figura 5).

Per tema

Com s’explicava en l’epígraf “1.1. Google Activa’t”, es pot garbellar la cerca de cursos per temes d’interès, per la qual cosa es preveuen aquestes possibles tretze opcions de la Figura 1.

En aquest exemple en seleccionar “Intel·ligència artificial” es pot comprovar com apareixen **dues etiquetes de filtre** “Intel·ligència artificial” i “Cursos en línia” que corresponen als filtres seleccionats (figura 6).

A més, es pot **veure el nombre de cursos que ofereix la plataforma** sobre el tema seleccionat.

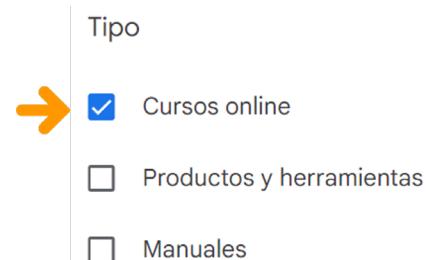


Figura 5. Cursos en línia. Elaboració pròpia.



Mejorar mi carrera | Mejorar mi negocio

FILTRAR POR → 6 RESULTADOS

Tema

- Inteligencia artificial
- Computación en la nube
- Programación y desarrollo web
- Comunicación
- Datos y análisis
- Diseño
- Marketing digital
- Bienestar digital
- Expansión internacional
- Búsqueda de empleo
- Seguridad online

Inteligencia artificial X Cursos online X Borrar todos

Centro de aprendizaje sobre la IA de Google (en inglés)

Una extensa colección de recursos técnicos, cursos y noticias recientes que te ayudarán a sacar el máximo partido a la IA de Google.

Cursos para Machine Learning Engineers de Google Cloud

Adquiere experiencia usando las tecnologías de Google Cloud esenciales para el puesto de ML Engineer. Es necesario contar con conocimientos básicos de ingeniería. Algunos cursos están disponibles únicamente en inglés.

Fundamentos del aprendizaje automático para desarrolladores

Cursos básicos para desarrolladores que abordan los fundamentos y conceptos básicos del aprendizaje automático.

Figura 6. Filtres per tema. Elaboració pròpia.

Per certificat

Depenent de les característiques del curs i de l'organització col·laboradora o creadora d'aquest, existeixen **dues opcions** en el filtre per certificat:

- 1 | Certificat de pagament:** en el qual en finalitzar el curs es podrà opcionalment abonar una quantitat per obtenir el certificat professional.
- 2 | Certificat sense cost:** en els quals el certificat s'aconsegueix de manera gratuïta després de finalitzar el curs.

Per durada

Finalment, el filtre de durada fa referència al **temps estimat** que l'usuari trigarà a fer el curs, i d'aquesta manera facilitar la seva organització. Existeixen quatre trams:

- Menys d'1 hora.
- Entre 1 i 3 hores.
- Entre 11 i 40 hores.
- Més de 40 hores.

⚠ ATENCIÓ

CURSOS AMB I SENSE CERTIFICACIÓ

Si no se selecciona cap de les dues opcions en els filtres, automàticament en el cercador apareixeran cursos tant amb certificació com sense.

i Saber-ne més

Explora les nostres eines i cursos en línia
e.digitall.org.es/cursos
 Grow with Google.



Com accedir a un curs?

Quan ja s'ha decidit quin curs fer es **pot accedir a veure els seus continguts**, només cal fer clic en el curs (figura 7) i el navegador en redirigirà la direcció a la pàgina que explica els **continguts, la metodologia i el sistema d'avaluació**.

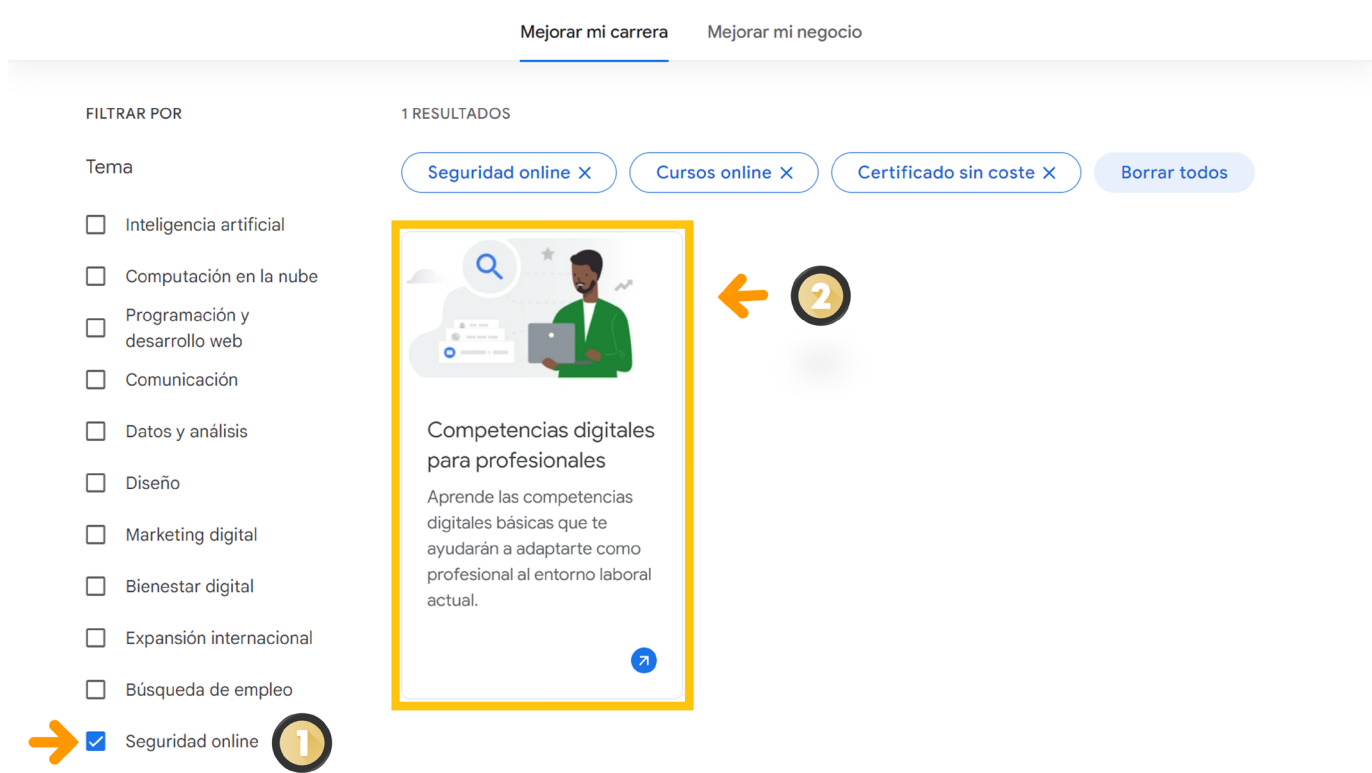


Figura 7. Accedir a característiques d'un curs. Elaboració pròpia.

Tria del curs

En el cas d'aquest exemple, el curs de competències digitals disposa de sis blocs en els quals es pot apreciar per endavant la **durada i la qualificació que han obtingut altres usuaris** que anteriorment l'han cursat (figura 8). Com la cerca inicial era sobre "Seguretat en línia" només caldria fer clic sobre el curs per començar la subscripció a aquest.

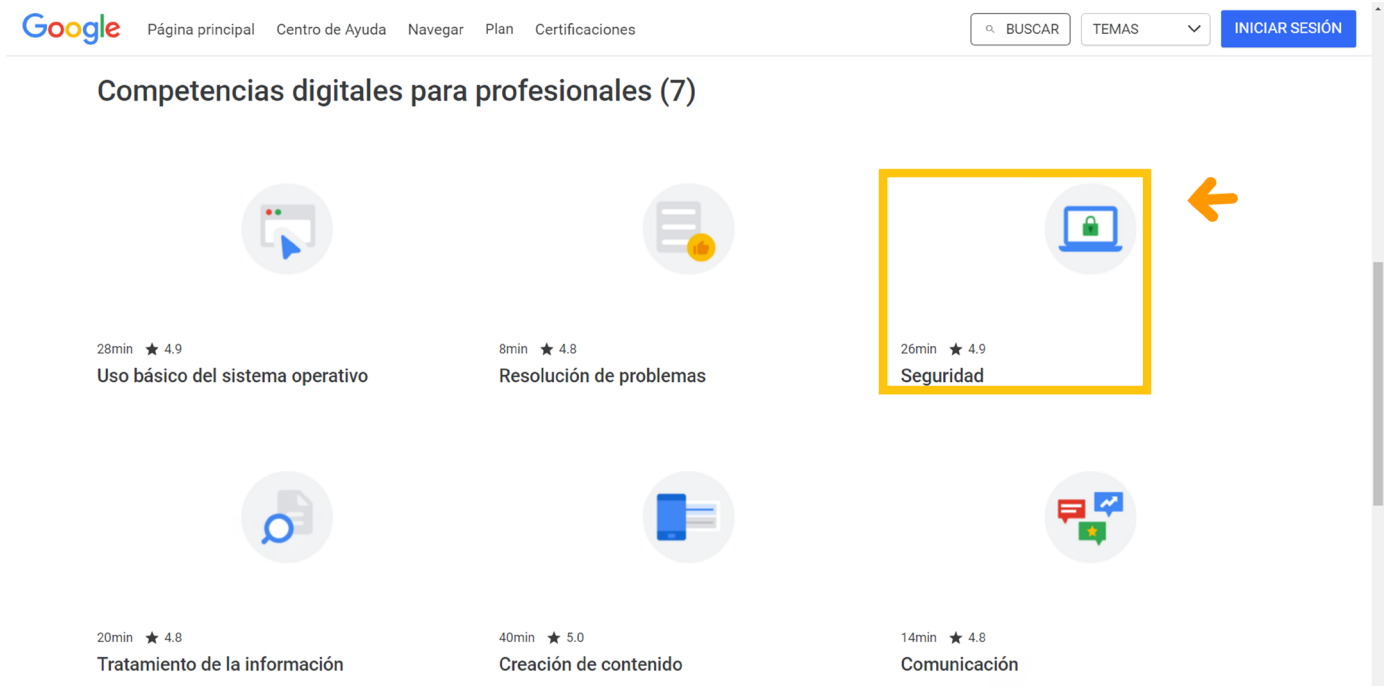


Figura 8. Diferents blocs dins d'un mateix bloc. Elaboració pròpia.

Inscripció

Per accedir als continguts, la plataforma precisa el **registre amb un compte de Google** per part de l'usuari. Una vegada realitzada aquesta identificació, s'associa la identitat real de l'usuari amb la consecució dels certificats professionals.

La plataforma dona accés als continguts del curs amb una **línia temporal que inclou les diferents activitats** de cada bloc que compon el curs (figura 9), reflectint, en temps real, l'avanç de l'usuari en els continguts d'aquest a través de tics blaus que apareixen després de completar cada apartat.

NOTA

CURSOS AMB DIFERENTS BLOCS

En el cas de l'exemple s'hauran de fer els sis blocs per finalitzar el curs.

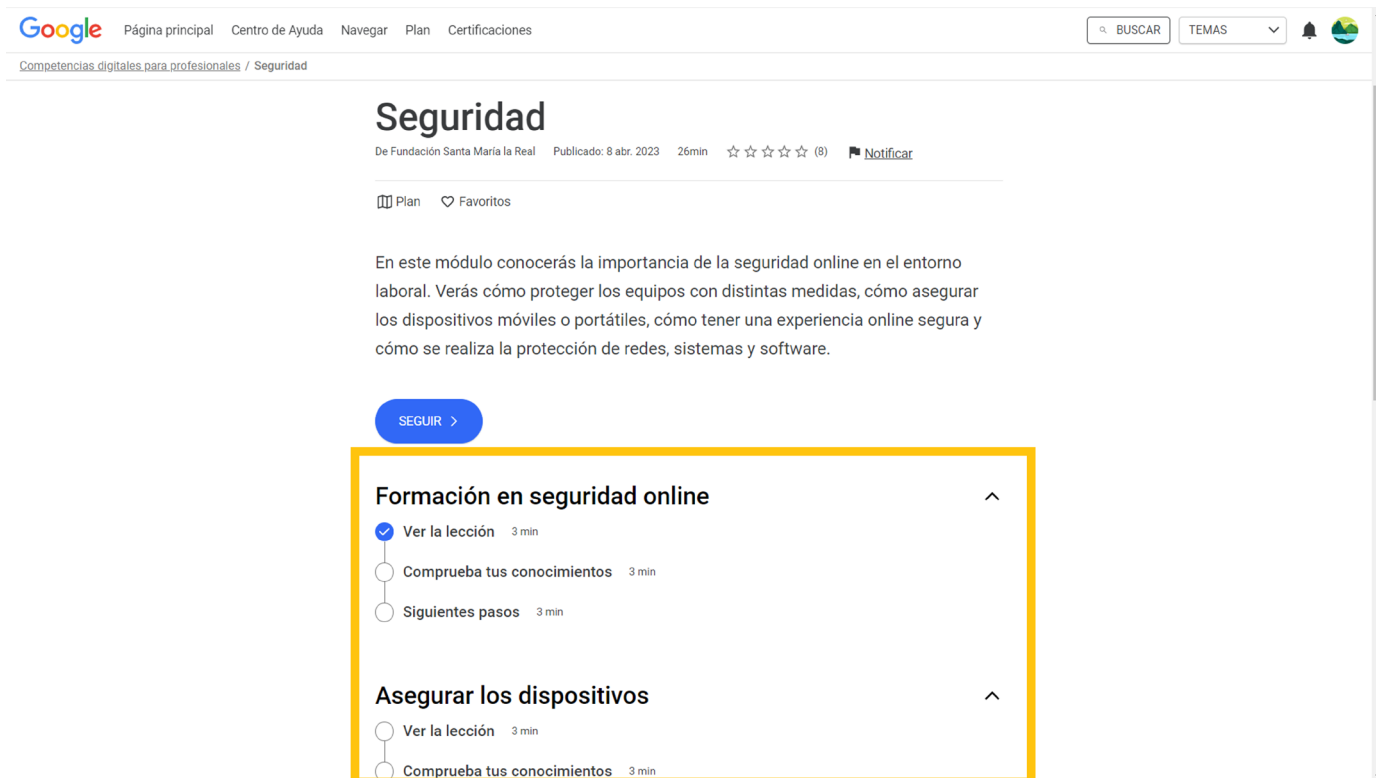


Figura 9. Mapa de continguts del curs. Elaboració pròpia.

Saber-ne més

Competències Digitals (e.digitall.org.es/competencias) Skillshop.
Grow with Google (grow.google/intl/es)

Com aconseguir el certificat d'un curs?

Per obtenir un certificat d'un curs a Google Activa't, és necessari **completar-ne totes les lliçons i activitats**. Una vegada finalitzat el curs, es podrà accedir al certificat des de la plataforma, on es brindarà l'**opció de descarregar-lo o compartir-lo** segons les necessitats de l'usuari.

Saber-ne més

Certificats Professionals de Google (e.digitall.org.es/google-career)

ATENCIÓN

VERIFICAR SI OFEREIX CERTIFICAT ABANS D'INSCRIURE'S

És important tenir en compte que no tots els cursos ofereixen certificats, per la qual cosa es recomana verificar aquesta informació abans d'inscriure's en un curs específic.

**i Saber-ne més**

Comunitat de Madrid. *Certificados de profesionalitat*. Recuperat el 15/03/2024 <https://www.comunidad.madrid/servicios/empleo/certificados-profesionalidad#:~:text=Los%20certificados%20de%20profesionalidad%20son,Cat%C3%A1logo%20Nacional%20de%20Cualificaciones%20Profesionales>.

Grow with Google. *Home page*. Recuperat el 14/03/2024 de <https://grow.google/intl/es/>

Grow with Google. *Explora les nostres eines i cursos en línia*. Recuperat el 14/03/2024 de <https://grow.google/intl/es/courses-and-tools/?category=career>

Grow with Google. *Notificació certificats*. Recuperat el 15/03/2024 de <https://grow.google/intl/es/certificate-validation#:~:text=Google%20Act%C3%ADvate%20ha%20pasado%20a,suspendido%20la%20validaci%C3%B3n%20de%20certificados>.

Grow with Google. *Certificats Professionals de Google*. Recuperat el 15/03/2024 de <https://grow.google/intl/es/google-career-certificates/>

Skillshop. *Curs competències digitals*. Recuperat el 15/03/2024 de <https://skillshop.exceedlms.com/student/collection/797196-digital-skills?locale=es>



DigitAll

Formació en
Competències
Digitals



Coordinación General

Universidad de Castilla-La Mancha
Carlos González Morcillo
Francisco Parreño Torres

Coordinadores de área

Área 1. Búsqueda y gestión de información y datos

Universidad de Zaragoza
Francisco Javier Fabra Caro

Área 2. Comunicación y colaboración

Universidad de Sevilla
Francisco Javier Fabra Caro
Francisco de Asís Gómez Rodríguez
José Mariano González Romano
Juan Ramón Lacalle Remigio
Julio Cabero Almenara
María Ángeles Borrueco Rosa

Área 3. Creación de contenidos digitales

Universidad de Castilla-La Mancha
David Vallejo Fernández
Javier Alonso Albusac Jiménez
José Jesús Castro Sánchez

Área 4. Seguridad

Universidade da Coruña
Ana M. Peña Cabanas
José Antonio García Naya
Manuel García Torre

Área 5. Resolución de problemas

UNED
Jesús González Boticario

Coordinadores de nivel

Nivel A1

Universidad de Zaragoza
Ana Lucía Esteban Sánchez
Francisco Javier Fabra Caro

Nivel A2

Universidad de Córdoba
Juan Antonio Romero del Castillo
Sebastián Rubio García

Nivel B1

Universidad de Sevilla
Francisco de Asís Gómez Rodríguez
José Mariano González Romano
Juan Ramón Lacalle Remigio
Montserrat Argandoña Bertran

Nivel B2

Universidad de Castilla-La Mancha
María del Carmen Carrión Espinosa
Rafael Casado González
Víctor Manuel Ruiz Penichet

Nivel C1

UNED
Antonio Galisteo del Valle

Nivel C2

UNED
Antonio Galisteo del Valle

Maquetación

Universidad de Salamanca
Fernando De la Prieta Pintado
Pilar Vega Pérez
Sara Alejandra Labrador Martín

Creadores de contenido

Área 1. Búsqueda y gestión de información y datos

1.1 Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenidos digitales

Universidad de Huelva

Ana Duarte Hueros (coord.)
Arantxa Vizcaíno Verdú
Carmen González Castillo
Dieter R. Fuentes Cancell
Elisabetta Brandi
José Antonio Alfonso Sánchez
José Ignacio Aguaded
Mónica Bonilla del Río
Odriel Estrada Molina
Tomás de J. Mateo Sanguino (coord.)

1.2 Evaluar datos, información y contenidos digitales

Universidad de Zaragoza

Ana Belén Martínez Martínez
Ana María López Torres
Francisco Javier Fabra Caro
José Antonio Simón Lázaro
Laura Bordonaba Plou
María Sol Arqued Ribes
Raquel Trillo Lado

1.3 Gestión de datos, información y contenidos digitales

Universidad de Zaragoza

Ana Belén Martínez Martínez
Francisco Javier Fabra Caro
Gregorio de Miguel Casado
Sergio Ilarri Artigas

Área 2. Comunicación y colaboración

2.1 Interactuar a través de tecnología digitales

Iseazy

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales

Universidad de Sevilla

Alién García Hernández
Daniel Agüera García
Jonatan Castaño Muñoz
José Candón Mena
José Luis Guisado Lizar

2.3 Participación ciudadana a través de las tecnologías digitales

Universidad de Sevilla

Ana Mancera Rueda
Félix Biscarri Triviño
Francisco de Asís Gómez Rodríguez
Jorge Ruiz Morales
José Manuel Sánchez García
Juan Pablo Mora Gutiérrez
Manuel Ortigueira Sánchez
Raúl Gómez Bizcocho

2.4 Colaboración a través de las tecnologías digitales

Universidad de Sevilla

Belén Vega Márquez
David Vila Viñas
Francisco de Asís Gómez Rodríguez
Julio Barroso Osuna
María Puig Gutiérrez
Miguel Ángel Olivero González
Óscar Manuel Gallego Pérez
Paula Marcelo Martínez

2.5 Comportamiento en la red

Universidad de Sevilla

Ana Mancera Rueda
Eva Mateos Núñez
Juan Pablo Mora Gutiérrez
Óscar Manuel Gallego Pérez

2.6 Gestión de la identidad digital

Iseazy

Área 3. Creación de contenidos digitales

3.1 Desarrollo de contenidos

Universidad de Castilla-La Mancha

Carlos Alberto Castillo Sarmiento
Diego Cordero Contreras
Inmaculada Ballesteros Yáñez
José Ramón Rodríguez Rodríguez
Rubén Grande Muñoz

3.2 Integración y reelaboración de contenido digital

Universidad de Castilla-La Mancha

José Ángel Martín Baos
Julio Alberto López Gómez
Ricardo García Ródenas

3.3 Derechos de autor (copyright) y licencias de propiedad intelectual

Universidad de Castilla-La Mancha

Gabriela Raquel Gallicchio Platino
Gerardo Alain Marquet García

3.4 Programación

Universidad de Castilla-La Mancha

Carmen Lacave Roderó
David Vallejo Fernández
Javier Alonso Albusac Jiménez
Jesús Serrano Guerrero
Santiago Sánchez Sobrino
Vanesa Herrera Tirado

Área 4. Seguridad

4.1 Protección de dispositivos

Universidade da Coruña

Antonio Daniel López Rivas
José Manuel Vázquez Naya
Martíño Rivera Dourado
Rubén Pérez Jove

4.2 Protección de datos personales y privacidad

Universidad de Córdoba

Aida Gema de Haro García
Ezequiel Herruzo Gómez
Francisco José Madrid Cuevas
José Manuel Palomares Muñoz
Juan Antonio Romero del Castillo
Manuel Izquierdo Carrasco

4.3 Protección de la salud y del bienestar

Universidade da Coruña

Javier Pereira Loureiro
Laura Nieto Riveiro
Laura Rodríguez Gesto
Manuel Lagos Rodríguez
María Betania Groba González
María del Carmen Miranda Duro
Nereida María Canosa Domínguez
Patricia Concheiro Moscoso
Thais Pousada García

4.4 Protección medioambiental

Universidad de Córdoba

Alberto Membrillo del Pozo
Alicia Jurado López
Luis Sánchez Vázquez
María Victoria Gil Cerezo

Área 5. Resolución de problemas

5.1 Resolución de problemas técnicos

Iseazy

5.2 Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas

Iseazy

5.3 Uso creativo de la tecnología digital

Iseazy

5.4 Identificar lagunas en las competencias digitales

Iseazy



El material del proyecto DigitAll se distribuye bajo licencia CC BY-NC-SA 4.0. Puede obtener los detalles de la licencia completa en: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>