

5 maneras de redactar el planteamiento del reto

Recomendaciones generales

- Elaborar un texto de entre 100 y 300 palabras.
- Redactar de forma motivadora, interpelando al estudiante y invitándole a hacer frente al reto ya sea elaborando un informe, desarrollando un rol, creando un producto, mostrando unas habilidades, expresando una idea o aplicando unos criterios o un protocolo determinado, entre otras estrategias.
- Generar curiosidad, interés o incluso confusión para captar la atención del estudiante, es una estrategia que nos puede ayudar a redactar los planteamientos

A veces tenemos claro el título del reto, pero no el planteamiento. Y a la inversa. Hacer un esquema o lluvia inicial de ideas, pensando en posibles escenarios o situaciones de aprendizaje, nos puede ayudar.

Te proponemos **cinco maneras diferentes** de redactar el planteamiento del reto. No son excluyentes, sino que se pueden complementar:

1. Describir **un contexto cercano** de la vida cotidiana o la sociedad que nos rodea.
2. Situar al estudiante en un **papel o escenario profesional real**.
3. **Describir una posible situación de aplicación o de actuación**.
4. Hacer un **planteamiento teórico** que interpele al estudiante.
5. Partir del **fragmento o la cita de un recurso** (puede ser tanto un documento del ámbito académico como un informe especializado, o bien noticias relacionadas con el ámbito de estudio, entre otros.)

Además, hay que tener en cuenta que el mismo planteamiento de un reto se puede desarrollar a lo largo de una asignatura y, por tanto, las diferentes actividades responderían a diferentes fases o partes del mismo planteamiento. En el caso de asignaturas que se estructuran en torno a un único proyecto, por ejemplo, se podría utilizar esta tipología de reto **concatenado**.

A continuación exponemos ejemplos clasificados según las tipologías identificadas:



#contexto cercano

¿Podemos lograr un sistema de distribución más eficiente?

Planteamiento

En pleno debate público sobre el uso de drones y vehículos autónomos para entregar mercancías, parece que el sector de la distribución logística está presenciando una fuerte disrupción. Nuevas empresas aprovechan la problemática de la última milla para proponer nuevos modelos de negocio. Deliveroo y Glovo son dos compañías especializadas en la entrega de comida a domicilio que operan principalmente en entornos urbanos y realizan los desplazamientos de manera sostenibles, principalmente en bicicleta. En paralelo ha nacido también Stuart, empresa de reparto de empresa a empresa (B2B) especializada en el traslado en bicicleta de paquetería de pequeñas dimensiones. La disrupción no afecta únicamente al propio servicio que ofrecen, sino que proponen una alternativa más sostenible y eficiente.

Sin embargo, estas iniciativas no son todavía predominantes en el mercado. La distribución y el transporte logístico generan gran cantidad de tráfico, y muchas ciudades empiezan a aplicar políticas restrictivas respecto al uso de determinados tipos de vehículos. Aun así, ¿hacia dónde avanzará el sector? ¿Cómo podemos adaptarnos al cambio y ser punteros para dar soluciones innovadoras a nuestra empresa?

*Assignatura: Direcció d'operacions
Professor: Eduard Álvarez
Estudis: Economia i Empresa*

#contexto cercano

La Europa Medieval, ¿un mundo parecido al nuestro?

Planteamiento

El derecho del mundo medieval es un derecho plural, compuesto por muchos ordenamientos jurídicos que son reflejo de las diversas corporaciones que los sustentan. Este mundo se parece mucho al nuestro. Desde hace unas décadas, con la decadencia del estado como único referente político en todo el mundo, pero especialmente en Europa, asistimos de nuevo a un escenario político y jurídicamente plural, como el medieval. ¿Puedes identificar cuáles son estas estructuras semejantes?

Asignatura: Fundamentos históricos del derecho
Profesor: Manuel Vial
Estudios: Derecho y Ciencia Política

#contexto cercano

Cuando el problema es la crisis del pepino, de las vacas locas o de la gripe aviar: comunicación de crisis

Planteamiento

Comer es un hecho cotidiano que se vive a menudo con placer, pero la preocupación ante lo que comemos puede surgir de forma más o menos intensa en determinados individuos o ante determinadas situaciones. Uno de esos contextos es lo que llamamos «momentos de crisis», ya sea por la aparición de toxiinfecciones alimentarias masivas o por situaciones que ponen en cuestión la seguridad de la cadena productiva. Se trata de contextos en los que la seguridad alimentaria de un producto de compra habitual se ve cuestionada, a diferencia de los contextos de «normalidad» (ausencia de alarmas sanitarias), en los que se da por supuesta, y eso desencadena un conjunto de reacciones adversas entre la población.

Ante un episodio de este tipo, desde el punto de vista de la comunicación, resulta necesario transmitir al conjunto de la población información veraz y adecuada, basada en la evaluación que hagan las autoridades sanitarias de la situación, y, si fuera el caso, las medidas preventivas necesarias para evitar riesgos para la salud. Por otro lado, hay que generar confianza respecto a los productos que se encuentren en el mercado y evitar

caídas drásticas en el consumo que no estén justificadas, especialmente una vez que las autoridades sanitarias hayan establecido mecanismos de control sobre los productos que están bajo sospecha. Finalmente, es relevante que en este tipo de episodios, de fuerte impacto mediático, la confianza en la seguridad del sistema de producción alimentaria y en los mecanismos de respuesta ante una situación de crisis salga reforzada.

Asignatura: Comunicación Alimentaria

Profesora: Alicia Aguilar

Estudios: Ciencias de la Salud

#contexto cercano

#planteamiento teórico

Con las decisiones de productos, marcas, innovaciones y precios creamos y captamos valor

Planteamiento

En cada nuevo modelo de iPhone, Apple no solo incorpora mejoras tecnológicas sino que ofrece un valor superior al cliente, fruto de la experiencia satisfactoria que obtiene con su uso. Desde sus primeras versiones, los iPhones se han dirigido a un segmento de consumidores muy concreto: sofisticados, amantes de la tecnología, el diseño y los viajes, cosmopolitas y con ingresos relativamente elevados.

Los lanzamientos de Apple no les defraudan, puesto que les ofrecen un producto exclusivo, aspiracional y que pone en la palma de la mano todo aquello que desean en un móvil, desde la última tecnología hasta al reconocimiento social. Para estos consumidores, Apple es sinónimo de tecnología de vanguardia, diseño, calidad y modernidad; y los iPhones, además de ser prácticos y fáciles de usar, les generan una sensación de poder y autoestima.

Un producto de estas características, que está respaldado por una marca de gran confianza y proporciona una experiencia de consumo excelente, puede acompañarse de una estrategia de precios altos. Por el contrario, un precio bajo, aunque pudiera facilitar la compra del producto por parte de un amplio colectivo, no permitiría ingresar un margen significativo por cada unidad de producto vendida y supondría el riesgo añadido de que los usuarios no asociarían la propuesta de valor con un producto con la máxima calidad y mejores prestaciones.

Una de las claves del acierto en la estrategia de marketing está en aportar un valor superior al consumidor, y también en que el precio se corresponda con ese valor que el consumidor atribuye al producto.

Asignatura: Dirección de marketing



*Profesora: Inma Rodríguez-Ardura
Estudios: Economía y Empresa*

#contexto cercano

#planteamiento teórico

 **volver**

#escenario profesional

Oferta de trabajo: ¿te animas a desarrollar un proyecto de educación nutricional? ¡Te buscamos a ti!

Planteamiento

He empezado un curso de educación nutricional y he tomado conciencia de la importancia de cambiar los hábitos alimenticios para mejorar la salud, tanto individual como colectiva. ¡Estoy muy motivada y quiero compartir lo que aprendo con más gente! ¡Seguro que no soy la única persona que no sabe todo esto!

Visitando una página web para buscar trabajo, veo un anuncio en el que se busca un profesional para trabajar en educación nutricional. ¡Ese trabajo tiene que ser mío! Me presento y me piden que prepare para la entrevista ¡una propuesta de programa de educación nutricional, teniendo en cuenta las diferentes fases del diseño de un programa! No tengo mucho tiempo para prepararlo, así que: ¡manos a la obra!

Adaptado de la asignatura: Educación nutricional.

Profesora: Marina Bosque

Estudios: Ciencias de la Salud

#escenario profesional

Las historias están en todas partes

Planteamiento

Como periodista sientes un compromiso con la realidad que te rodea. Escuchar diferentes voces y transmitir a un público, lo más amplio posible, lo que consideras como profesional relevante en un contexto social específico. Esto significa estar atento a las historias que tienes a nuestro alrededor y crear tú mismo una historia con valor informativo. En el proceso de selección de nuevos profesionales en nuestro medio digital "TotArreu", queremos poner a prueba tu capacidad de observación e inmersión en la realidad que te rodea: queremos que elijas un día y que te dediques a relatar todas las historias a las que te veas expuesto, sea por los medios de comunicación, tus redes sociales, tus

interacciones personales, tus lecturas o, por supuesto, tus propias historias.

Adaptado de Asignatura: Nuevas formas narrativas

Profesor: Toni Roig

Estudios: Ciencias de la Información y de la Comunicación

#escenario profesional

¿Cómo se reestructura un departamento de *e-learning* en fase de internacionalización?

Planteamiento

La empresa española Learning Network Company, consultora de formación dedicada a la organización de seminarios presenciales de corta duración, ha consolidado con éxito su oferta con la creación del departamento de e-learning. Con su integración al grupo multinacional Beispiel Group, la consultora redefinió su estrategia para alinear su actividad con las exigencias del grupo e impactar en sus procesos y diseño organizativo.

Las nuevas demandas exigen al director del área de e-learning dar respuesta a la nueva situación, condicionada por los nuevos productos y servicios que se ofrecen y de acuerdo a una nueva línea de negocio, en un mercado en permanente evolución en el uso intensivo de la tecnología y las condiciones económicas que afectan a la demanda.

Adaptación realizada por el equipo de Procesos de Aprendizaje del eLC

#escenario profesional

Una carta de restaurante: de la mesa al bolsillo

Planteamiento

Has aceptado el encargo de un prestigioso restaurante que quiere ofrecer su carta por encargo en línea. Para hacerlo, necesita publicarla en Internet. Como su presupuesto es reducido y quieren llegar al máximo posible de dispositivos, han elegido un formato

portable y que pueden leer la gran mayoría de dispositivos electrónicos actuales: el formato PDF.

Les has propuesto que los harás dos versiones de su carta. Una para poder verla en formato móvil (pantallas pequeñas, de menos de seis pulgadas y con una disposición en vertical) y otra para el resto de pantallas, más grandes. Además, dado que habrá una gran cantidad de imágenes, te has comprometido a que los PDF ocupen lo menos posible sin perder calidad de imagen.

Adaptado de la asignatura: Producción y publicación digital
Profesor: Javier Melenchón
Estudios: Ciencias de la Información y de la Comunicación

#escenario profesional





#descripción del contexto de aplicación

¿Qué elementos nos ayudan a comprender mejor el papel y las responsabilidades de los profesionales de los servicios sociales?

Planteamiento

Como profesionales de los servicios sociales, conocer las necesidades de los usuarios del servicio es, seguramente, una de las primeras cuestiones que debemos plantearnos: qué los lleva a la situación que viven, de qué manera y desde dónde pueden ser atendidas. En la mayoría de los casos no atendemos situaciones solo de tipo individual: a menudo son consecuencia de factores familiares o de una estructura social y económica concreta. Asimismo, nuestra propia tarea profesional se lleva a cabo dentro de una institución determinada y en un contexto social y político determinado, hechos que, necesariamente, condicionan la comprensión y la atención que se implantan. Nuestra profesión nos obliga a comprender los conceptos de necesidad social, reconocimiento de derecho y formulación de derechos sociales como consecución en el proceso de justicia social.

Adaptado de la asignatura: Servicios sociales.

Profesora: Asun Pié

Estudios: Psicología y Ciencias de la Educación

#descripción del contexto de aplicación

¿Cómo se lleva a cabo una investigación?

Planteamiento

La actividad de investigación parece omnipresente en nuestra sociedad: los medios de comunicación hablan a menudo de los nuevos avances científicos; los educadores remarcan la importancia de potenciar las disciplinas científicas y las habilidades de investigación en los currículos escolares; políticos y académicos coinciden (y suelen coincidir en pocas cosas) en su impacto social y económico y, así un largo etcétera. Como

consecuencia de esta omnipresencia, mucha gente estaría de acuerdo en aceptar que esta actividad se ha instalado como un elemento más de nuestra sociedad.

Sin embargo, preguntados sobre qué es, probablemente encontraríamos muchas respuestas llenas de tópicos y, a menudo, centradas en sus productos finales, como las aplicaciones médicas o el desarrollo de la sociedad de la información, de la que la telefonía móvil que llevamos muchos en el bolsillo es uno de los ejemplos más claros. La investigación es una actividad que nos permite conocer mejor nuestro mundo, pero el hecho de que la investigación y sus productos hayan impregnado tanto nuestras vidas y que los encontramos, de una manera u otra, en casi todos los ámbitos de nuestra sociedad, hace difícil la tarea de proporcionar una visión global e integrada, pero también cuidada de lo que representa esta actividad. Por eso no basta con preguntarnos qué es y cómo se hace la actividad de investigación [...].

¿Seríais capaces de definir y clasificar las variables, hipótesis, medidas y errores de medida? ¿Sabéis cómo se hace una observación, una experimentación o una simulación?

Asignatura: Introducción a los métodos de investigación en psicología

Profesor: Julio Meneses

Estudios: Psicología y Ciencias de la Educación

#descripción del contexto de aplicación **#contexto cercano**

El proceso de construcción de la educación social como profesión reflexiva

Planteamiento

Partimos de la idea de que la pedagogía social es una disciplina que aporta elementos para reflexionar sobre las prácticas socioeducativas, entre las que sobresale, de forma destacada, todo lo que pasa alrededor de la educación social. Pero ¿tenemos claro qué es exactamente la educación social? ¿Es suficiente decir que se trata de una profesión o hay otras perspectivas sustanciales que deben tenerse en cuenta?

¿Cuál ha sido su trayectoria? ¿En qué momento se encuentra ahora? ¿Cuáles son sus retos de futuro?

Para responder a estas preguntas y construir un primer marco de referencia que más adelante nos servirá para profundizar en la actualidad de la pedagogía social, el primer paso será conocer los orígenes de la educación social. El objetivo es dejar claro cómo

nació la profesión, cuáles han sido los momentos más representativos en este proceso de construcción y qué la singulariza respecto a otras profesiones «sociales».

Asignatura: Pedagogía social

Profesor: Segundo Moyano

Estudios: Psicología y Ciencias de la Educación

#descripción del contexto de aplicación

#planteamiento teórico

 volver

#planteamiento teórico

Alternativas para un acceso universal a los recursos naturales básicos: ¿derechos humanos o bienes comunes?

Planteamiento

Frente a la privación material en diferentes grados que sufre una parte importante de la población del planeta, reconocida por los propios Objetivos de Desarrollo Sostenible, sobre todo en el sur global, aunque también de manera creciente en el norte global, han emergido diferentes aproximaciones normativas para hacer frente a estas situaciones. Por un lado, de manera muy importante en los últimos años, ha tomado mucha fuerza la narrativa de los derechos humanos en torno a diferentes vectores socioambientales: derecho humano al agua, derecho a la energía, derecho a la alimentación, etc. Probablemente el derecho humano al agua es el que ha tenido un recorrido más largo e institucionalizado, pues ha sido reconocido por las Naciones Unidas en 2010 y muchos países lo han incorporado en su legislación (en algunos casos ha sido incluido en sus constituciones). Por otra parte, frente a la cada vez más clara visibilización de la pobreza energética, diferentes colectivos e incluso instituciones (por ejemplo, gobiernos locales) también reclaman el «derecho a la energía». Además, emerge una corriente de pensamiento, tanto en el ámbito activista como académico, que reclama que bienes básicos como el agua, la energía o los alimentos se consideren bienes comunes, es decir, bienes que se gestionan colectivamente para satisfacer las necesidades de toda la comunidad, y que eso tenga implicaciones radicales en la forma en que se producen, se distribuyen y se consumen. También es interesante ver planteamientos que vienen del sur global, como los del buen vivir, que hablan de los derechos de la naturaleza. ¿La naturaleza puede tener derechos? ¿O exclusivamente los podemos tener los humanos?

*Asignatura: Seminario de consumo energético y sostenibilidad
Profesorado: Hug March e Isabel Ruiz
Estudios: Artes y Humanidades*

#descripción del contexto de aplicación #planteamiento teórico

Escrituras del yo: la autoficción

Planteamiento

En 1977 el escritor y profesor francés Serge Doubrovsky inventó el neologismo *autoficción* para definir un nuevo tipo de ficción centrada en la recreación personal de hechos estrictamente reales y con una fuerte presencia del yo. A caballo entre la autobiografía y la novela, la autoficción plantea un pacto de lectura ambiguo según el cual la identidad de la primera persona del relato coincide con la del autor, el narrador y el personaje de la historia. Como modalidad de las llamadas *escrituras del yo*, junto con la autobiografía, el dietario, las memorias, el testimonio o la confesión, la autoficción se distingue por ser un molde genérico amplio que opera fundamentalmente en el ámbito narrativo pero que también se manifiesta en el teatro, el cine, el cómic o las series de televisión. ¿Cómo se construyen estos relatos ambiguos sobre el yo y qué nos enseñan sobre la construcción de nuestra propia identidad?

Asignatura: Géneros de literatura contemporánea
Profesora: Neus Rotger
Estudios: Artes y Humanidades

#planteamiento teórico

¡Elabora tu manifiesto de diseño!

Planteamiento

Los grandes diseñadores nos han dejado reflexiones útiles acerca de lo que, en cada momento, han considerado «buen diseño». Qué es un buen diseño es una pregunta que no tiene una única respuesta, sino muchas, puesto que cada producto se crea en función de unas necesidades y unos objetivos, que a veces escapan a criterios estrictamente racionales y se ajustan más bien a un contexto cultural o una tendencia estética. El diseño es una manera de crear el mundo y de dar forma a cómo vivimos en ese mundo. Por ello, el diseño responde cada vez a requisitos que no emanan únicamente de la creatividad de los diseñadores, sino que obedecen a las necesidades de una amplia gama de usuarios, de contextos socioculturales diversos, y, por supuesto, se centran en reducir al máximo el impacto medioambiental del producto creado, tanto en su producción como en su uso.

Te proponemos trabajar con las ideas de los diseñadores y las llamadas «filosofías del diseño», líneas directrices en el diseño contemporáneo que buscan concienciar a los diseñadores de crear productos centrados en los usuarios, sostenibles, duraderos y

abiertos a la participación, tanto en su concepción como en su producción, uso, reparación y rediseño. El objetivo es que conozcas y sepas aplicar los principales planteamientos teóricos sobre el diseño actual en el análisis de un diseño, la reflexión acerca de las implicaciones sociales y culturales del diseño, las diferentes maneras de concebir el «buen diseño» o también la confección de una perspectiva propia acerca de cómo debe ser el diseño que pueda inspirarte en tu trayectoria profesional. Conociendo estas perspectivas teóricas puedes preguntarte: ¿qué es para mí el diseño?

Asignatura: Historia, teoría y crítica del diseño

Profesora: Anna Rodríguez

Estudios: Ciencias de la Información y de la Comunicación

#planteamiento teórico

Las gafas de Manovich (análisis comparativo de técnicas y aplicaciones de *software*)

Planteamiento

Imaginemos la siguiente situación: que este fuera un curso de, por ejemplo, «Introducción al pensamiento marxista» o sobre «Las teorías de Sigmund Freud», en vez de serlo de «Fundamentos y evolución de la multimedia». E imaginemos a continuación que su segunda actividad de evaluación continua consiste en realizar un comentario o análisis crítico de uno de los largometrajes *Superman* o *Titanic* (por poner dos películas de amplia popularidad), a partir de los contenidos tratados en el curso.

En el caso de *Superman*, sin duda, entre otras muchas posibilidades, utilizando el pensamiento de Freud, podríamos comentar la hipótesis de la encarnación de este como un auténtico *superyó* freudiano, capaz de llegar a todos aquellos deseos y glorias que nos están vedadas y que nos reprimimos en nuestro día a día, de ahí el éxito y popularidad de los superhéroes en el inconsciente colectivo, etc.

En el caso de *Titanic*, a partir del pensamiento marxista, el filme nos permitiría comentar ampliamente la división jerarquizante entre *estructura* económica y *superestructura* cultural, señalar y denunciar la *división de clases sociales*, denunciar la *explotación* en el trabajo que fundamenta la navegación del propio Titanic, comentar de forma crítica el uso *alienante* de las naves salvavidas para salvar prioritariamente a los ricos, etc.

En definitiva, las teorías y claves interpretativas aportadas por Marx o Freud nos permitirían proyectar +fácilmente una mirada crítica sobre los contenidos de las películas

propuestas, nos dotarían de una «caja de herramientas-conceptos» y de unas «gafas» bajo cuyo prisma los objetos de estudio que se analizan aparecerían, sin duda, sesgados, pero con una «verdad» que estas «gafas-herramientas» potencian y catalizan, fruto del uso de unos conceptos (superyó, inconsciente, enajenación, división de clases, etc.) aportados por los autores citados.

Este planteamiento resulta igualmente válido para el conjunto del pensamiento, las ideas y los conceptos aportados por Lev Manovich a nuestro curso (técnicas específicas del medio, técnicas independientes del medio, metamedios, hibridación, modularidad, transcodificación...) y será a partir de estos que habrá que enfrentarse al reto de analizar técnicas y aplicaciones de software contemporáneas.

Asignatura: Fundamentos y evolución de la multimedia

Profesora: Laura Porta.

Estudios: Informática, Multimedia y Telecomunicación

#planteamiento teórico

 volver



#fragmento de un recurso

«La estabilidad no es inmovilidad»

Planteamiento

Esta frase se atribuye al príncipe de Metternich. El estadista austriaco fue uno de los protagonistas de la Restauración, la época en que las grandes potencias europeas intentaron borrar los grandes cambios resultantes de la Revolución Francesa y el imperio de Napoleón. Promovió el Congreso de Viena (1814-1815) con el objetivo de establecer un nuevo equilibrio internacional que inaugura una nueva forma de relaciones entre estados, basada en la cooperación y el consenso. Para ello, se puso en marcha un sistema institucional permanente sustentado en la gestión conjunta entre las grandes potencias (también conocido como sistema de concierto, sistema de congresos o sistema Metternich) que velaría por la paz y la estabilidad. Como resultado, Europa experimentó el más prolongado periodo de paz conocido hasta entonces. Durante cuarenta años no hubo ninguna guerra entre las grandes potencias.

¿Qué importancia tuvo esta noción de gestión concertada de la seguridad internacional?
¿Sigue vigente hoy?

*Adaptado de la asignatura: Historia de las relaciones internacionales.
Profesor: Mikel Barreda
Estudios: Derecho y Ciencias Políticas*

#fragmento de un recurso

#planteamiento teórico

Una verdad en 24 mentiras por segundo

Planteamiento

Jean-Luc Godard dijo “La fotografía es verdad. Y el cine es una verdad 24 veces por segundo”. Tiempo después, Michael Haneke afirmó justo lo contrario en el marco del Festival de Cannes: “El cine son 24 mentiras por segundo”, dijo.

Lo que sin duda sí es cierto es que el director de cine (y de cualquier producto audiovisual) miente y dice la verdad a voluntad, mostrando y ocultando según sus intereses. El creador cinematográfico mira y deja mirar (o quizá deberíamos decir “obliga a mirar”) desde una determinada posición y en una determinada actitud. Vayamos un paso más allá de lo que cuenta la historia y veamos cómo se cuenta.

Pongámonos, siquiera por un momento, las gafas de mirar de cerca cómo se crea lo fantástico en imágenes. Descubramos que el modo en que un cineasta dispone la realidad ante la cámara no es un mero asunto formal, sino la cuestión clave de la creación del film.

Asignatura: Lo fantástico en imágenes: puesta en escena en el género

Profesor: Jordi Sánchez

Estudios: Ciencias de la Información y de la Comunicación

#fragmento de un recurso

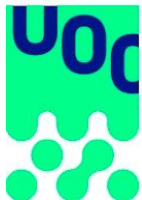
¿Qué se esconde detrás del e-commerce?

Planteamiento

Según datos del observatorio Cetelem para 2017, un 27% de la población española reconoce comprar por internet al menos una vez a la semana (un 6% más en relación al 2016). Porcentaje que se multiplica si se tienen en cuenta las operaciones realizadas a lo largo de todo el año. De hecho, en términos agregados se estima que cada familia gasta casi 2.000 € al año de media (38% más que en 2016). El Marketplace ya se ha convertido en el canal preferido por los consumidores en todos los sectores, excepto para productos para el hogar y deportes donde sigue primando la propia web de la tienda. Y los móviles se consolidan como los dispositivos más usados por los consumidores (56%) para comprar debido a su rapidez, flexibilidad horaria y sencillez.

Ahora bien, los consumidores se siguen quejando de tres cuestiones: 1. El tiempo medio de llegada de los productos es de 4,5 días; 2. Los gastos de envío no son gratuitos; 3. Sigue siendo complicado hacer devoluciones.

Parece que la tecnología ha sido capaz de facilitar nuevas formas de consumo al alcance de los usuarios, pero el sector logístico no ha sido capaz todavía de adaptarse al cambio.



¿Sabrías indicar qué cambios deben llevarse a cabo en los negocios tradicionales para competir en este nuevo escenario? ¿Qué repercusiones logísticas tendrán estos cambios y cómo se deben implementar?

Asignatura: Logística para el e-commerce

Profesor: Eduard Álvarez

Estudios: Economía y Empresa

#fragmento de un recurso

#contexto cercano



volver



#reto concatenado

Reto/actividad 1

¿Dónde empiezan y dónde terminan las libertades de expresión e información?

Planteamiento

Ponte en la situación que has empezado a trabajar en un medio de comunicación. José, tu jefe directo, te cuenta que, recientemente, el medio se ha visto involucrado en varios procedimientos judiciales por extralimitarse en el ejercicio de las libertades de expresión e información y vulnerar derechos de terceras personas. Consciente del impacto negativo y de las responsabilidades derivadas de estas malas prácticas periodísticas, José te encarga la supervisión cuidadosa, desde el punto de vista jurídico, de las informaciones y artículos de opinión que se elaboren en tu sección. Como se trata de una tarea que requiere unos conocimientos jurídicos básicos pero, al mismo tiempo esenciales, José te propone asumir progresivamente esta responsabilidad. Durante las primeras semanas, deberás prestar atención al derecho que estás ejerciendo en cada pieza que elabores y a qué derechos de terceras personas puede afectar. Una vez hecho este análisis previo, la Chantal, una periodista veterana de otra sección se encargará, por ahora, de la validación final.

Reto/actividad 2

¿Cómo aplicar y ponderar los límites jurídicos de la actividad periodística?

Planteamiento

Ya ha pasado un mes desde que trabajas en un nuevo medio de comunicación. José, tu jefe directo, te felicita por la calidad de las piezas que tú mismo has firmado y, también, por las buenas referencias que le ha dado Chantal con relación al análisis jurídico básico que te encargaron. Así pues, ha llegado la hora de dar un paso más y completar el proceso. A partir de ahora asumirás la responsabilidad de valorar si las piezas periodísticas propuestas por tu sección se adecuan a la legislación y si estáis ejerciendo correctamente los derechos propios y específicos de la profesión periodística y, sobre todo, en caso de detectar un riesgo de conflicto entre el ejercicio de las libertades de expresión o información y los derechos de las terceras personas aludidas, tendrás que valorar cuáles de esos derechos deberían prevalecer. Además, en todos los casos, José

te pide que tengas presentes las consecuencias jurídicas que podrían derivarse en caso de vulnerar los límites jurídicos y la atribución de las responsabilidades. .

Asignatura: Régimen jurídico de la comunicación

Profesora: Sandra Vilajoana

Estudios: Ciencias de la Información y de la Comunicación

#reto concatenado

#escenario profesional

Reto/actividad 1

¡Ponemos en marcha el proyecto en equipo!

Planteamiento

Desde una comunidad en internet que se dedica a generar y difundir contenidos sobre diferentes temas relacionados con el diseño han puesto un anuncio en varias redes sociales porque necesitan contratar un equipo que se encargue de crear y difundir contenidos sobre unos ámbitos temáticos concretos para generar más opinión pública y llegar a un público no experto. Los temas que plantean son los siguientes: ecodiseño y sostenibilidad; diseño ético; cultura libre y movimiento *maker*; diversidad y diseño inclusivo. Así pues, para ello necesitarás formar un equipo. Pero ¿cómo se crea un equipo de trabajo efectivo? ¿Cuáles son las bases para conseguir que un equipo de trabajo funcione y lleve un proyecto común a buen puerto, especialmente en un entorno en línea? El reto será crear los equipos de trabajo, intentando buscar personas afines con las que nos gustaría trabajar, dejar claras las normas de funcionamiento del grupo para conseguir que el equipo trabaje coordinadamente, concretar el tema que centrará nuestro proyecto y planificarnos de manera adecuada individualmente.

Reto/actividad 2

¡Nos organizamos y estructuramos el proyecto!

Planteamiento

Ahora que ya tenemos el grupo creado, el tema elegido y los acuerdos de funcionamiento consensuados, ¡es el momento de ponernos manos a la obra para desarrollar el proyecto que nos ha solicitado la comunidad! Para hacerlo, afrontaremos el siguiente reto, que consistirá en organizarnos de manera efectiva, encontrar la información adecuada y empezar a darle forma antes de desarrollarlo.

¡Ah! Y es muy importante el hecho de que la comunidad también nos ha dicho que quiere conocer mejor a todos los integrantes del equipo y sus trayectorias profesionales y experiencia, por lo que nos piden que cada uno de nosotros cree su portafolio personal.

Reto/actividad 3

¡Construimos el proyecto!

Planteamiento

La comunidad que nos ha contratado ya ha aprobado la estructura del proyecto que les hemos presentado y nos propone el siguiente reto: poder disponer de una primera versión del proyecto con todos los contenidos ya desarrollados antes de su publicación. Nos piden que, aparte de la redacción, incluyamos también elementos multimedia que ayuden a comprender mejor todo lo que explicamos (fotos, gráficos, tablas, vídeos...), y nos propone que lo mostremos todo en un Google Sites, que será el formato final de publicación. Así pues, ya ha llegado el momento de desarrollar cada apartado del proyecto, tratando la información en diferentes formatos, y siguiendo la planificación para poder cumplir con los plazos que nos han propuesto.

Además, la comunidad nos pide que cada uno de nosotros aporte una reflexión en su portafolio personal sobre la identidad digital en la red, ya que está trabajando en un proyecto de investigación sobre el tema y le interesa poder contar con futuros colaboradores.

Reto/actividad 4

¡Cerramos el proyecto y lo difundimos!

Planteamiento

¡Ya hemos llegado casi al final!

La comunidad está satisfecha con esta primera versión del proyecto que le hemos presentado y el último reto que nos propone es cerrarlo, haciendo las revisiones pertinentes para presentarlo públicamente y difundirlo.

Para hacerlo, nos plantean que elaboremos una breve presentación del proyecto que consiga despertar el interés de nuestros futuros lectores en el formato que nos resulte más adecuado (presentación, vídeo, infografía...). Además, la comunidad nos requiere disponer de esta presentación con un resumen en inglés, para poder llegar a un público más amplio.

Cuando lo tengamos, se nos propone revisar y valorar algunos proyectos que han elaborado otros equipos que también han sido contratados para aportar contenidos a esta comunidad en línea. Las valoraciones recibidas nos permitirán preparar la defensa de

nuestro proyecto y, en función del retorno que recibamos, ¡podremos aplicar las propuestas de mejora que nos hayan aportado para conseguir un proyecto redondo!

*Adaptado de la asignatura: Recursos y comunidades digitales
Profesora: Gemma Abellán
Estudios: Ciencias de la Información y de la Comunicación*

#reto concatenado **#escenario profesional**

Reto/actividad 1

¿Cómo puedo mejorar la sostenibilidad de un destino turístico?

I. Identificación y presentación razonada del caso de estudio y planificación del proyecto

Planteamiento

En vuestro carácter de (futuros) expertos en desarrollo sostenible de las actividades turísticas, habéis recibido de un cliente un encargo de redacción de un informe relativo a la sostenibilidad turística de un destino en todos o en algunos de sus aspectos (ambientales, sociales, económicos...) y sus posibilidades de mejora. Os enfrentaréis a los desafíos y dificultades de un proceso de información, análisis y síntesis de un caso orientado a la sostenibilidad de una actividad turística determinada, al tiempo que tendréis la oportunidad de poner en acción vuestra imaginación y vuestra creatividad aplicadas a un caso real.

En esta primera fase identificaréis y describiréis el caso de estudio y haréis la planificación del proyecto.

Reto/actividad 2

¿Qué información necesito?

II. Búsqueda, volcado y análisis de la información sobre el destino

Planteamiento

Una vez finalizada la primera parte del proyecto con la justificación de la elección y la descripción del destino, la identificación de las aportaciones que puede hacer el estudio, los objetivos generales y la problemática que se abordará, la planificación del trabajo y la iniciación de la recogida de información, nos encontramos en condiciones de iniciar la

segunda parte, correspondiente a la búsqueda y análisis de la información.

El objetivo de esta etapa es el de llegar a disponer de un buen nivel de conocimientos sobre la sostenibilidad turística del caso escogido, mediante la elaboración de una base de datos organizada y fiable y su posterior análisis por medio de las metodologías que se determinen, lo cual nos permitirá conocer y confirmar o descartar aquella información que nos puso sobre la pista de que el nuestro era un caso mejorable desde el punto de vista de la sostenibilidad.

Este análisis lo contextualizaréis a partir de los aspectos del destino que habéis decidido abordar, teniendo en cuenta los conceptos teóricos básicos de la sostenibilidad. Recordad que el enfoque lo podéis realizar bajo el punto de vista académico de un investigador o bien desde la perspectiva operativa de un gestor o profesional del turismo.

Reto/actividad 3

De la información al conocimiento

III. Elaboración de un diagnóstico de sostenibilidad turística del destino

Planteamiento

Una vez completadas la recopilación y la interpretación de la información sobre el caso escogido, se podrá obtener mediante la aplicación de técnicas de análisis adecuadas un diagnóstico fundamentado de la problemática de sostenibilidad del destino situada en un territorio y un mercado determinados, que nos permitirá identificar los problemas de sostenibilidad y aportar una visión estratégica sobre las posibles consecuencias a las que el destino se enfrentará en el futuro.

En esta fase conoceréis con profundidad e implementaréis los actuales métodos profesionales de investigación en turismo sostenible, argumentaréis y sistematizaréis los resultados obtenidos y los expondréis de manera clara y completa.

Reto/actividad 4

Del conocimiento a la acción

III. Objetivos y estrategias de mejora

Planteamiento

A estas alturas del estudio ya disponéis de un buen nivel de conocimiento sobre el caso escogido al inicio del proceso. La información obtenida os ha permitido hacer un análisis del destino, situado en un territorio y en un mercado determinados. El análisis crítico de la información y los métodos de diagnóstico os han permitido identificar la problemática

básica y efectuar un diagnóstico detallado del caso que nos aporta una visión estratégica sobre las posibles consecuencias a las que el destino se enfrentará en el futuro.

Si este proceso se ha desarrollado completa y sólidamente, estaréis en disposición de elaborar un informe final con el objeto de proponer acciones estratégicas de mejora enfocadas al desarrollo sostenible del destino.

Adaptado de la asignatura: Sostenibilidad y turismo.

Profesor: Joan Miquel Gomis

Estudios: Economía y Empresa

#reto concatenado **#escenario profesional**

 **volver**

Algunos ejemplos de redacción de planteamientos **NO RECOMENDADOS** son:

Ejemplos	Por qué NO son recomendados
<i>Con esta actividad comprenderemos los conceptos básicos de la gestión de proyectos.</i>	Corresponde más a una declaración de objetivos por parte del docente que al planteamiento de una actividad o conjunto de actividades retadoras.
<i>Saber hacer un balance y la cuenta de pérdidas y ganancias de una institución es esencial para cualquier economista.</i>	Cierto. Pero el estudiante que se matricula del grado de economía posiblemente esto ya lo sabe. Le tenemos que hacer ver por qué hacemos esta afirmación.
<i>Antes de poder adentrarnos en ... debemos aprender a ...</i>	La necesidad de tratar unos temas antes que otros puede tener lógica en la secuencia de contenidos competenciales. De nuevo, hay que dar información al estudiante sobre el porqué y los beneficios que tiene que planteamos esta secuencia de una manera determinada.
<i>Partiendo de las nociones de variable, estructura condicional, estructura repetitiva y función, introduciremos al estudiante en la programación orientada a objetos.</i>	Se corresponde con la finalidad de la formación y es poco retador porque está redactado desde el punto de vista del docente.
<i>En esta actividad introductoria plantearemos retos que nos permitirán trabajar los conceptos de la asignatura.</i>	Desde un escenario de aprendizaje significativo, comunicar al estudiante que la actividad que le proponemos es introductoria aporta poco por qué no le ayuda a resolverla. Tampoco estamos dando información de contexto sobre lo que esperamos que haga.

Otras fichas relacionadas



Cómo se formula el reto de una actividad



14 ejemplos de retos



10 maneras de expresar el título de reto