

5 maneres de redactar el plantejament del repte

Recomanacions generals

- Elaborar un text d'entre 100 i 300 paraules.
- Redactar de manera motivadora, interpel·lant l'estudiant i convidant-lo a fer front al repte, sigui elaborant un informe, desenvolupant un paper, creant un producte, mostrant unes habilitats, expressant una idea, o aplicant uns criteris o un protocol determinat, entre altres estratègies.
- Generar curiositat, interès, o fins i tot confusió per a captar l'atenció de l'estudiant, és una estratègia que ens pot ajudar a redactar els plantejaments.

De vegades tenim clar el títol del repte, però no el plantejament, i a la inversa. Fer un esquema o una pluja inicial d'idees, pensant en possibles escenaris o situacions d'aprenentatge, ens pot ajudar.

Et proposem **cinc maneres diferents** de redactar el plantejament del repte. No són excloents, sinó que es poden complementar:

1. Descriure **un context proper** de la vida quotidiana o la societat que ens envolta.
2. Situar l'estudiant en un **paper o escenari professional real**.
3. **Descriure una possible situació d'aplicació o d'actuació**.
4. Fer un **plantejament teòric** que interpel·li l'estudiant.
5. Partir del **fragment o la citació d'un recurs** (tant pot ser un document de l'àmbit acadèmic com un informe especialitzat, o bé notícies relacionades amb l'àmbit d'estudi, entre altres elements).

A més, cal tenir en compte que el mateix plantejament d'un repte es pot desenvolupar al llarg d'una assignatura, i, per tant, les diferents activitats respondrien a diferents fases o parts del mateix plantejament. En el cas d'assignatures que s'estructuren entorn d'un projecte únic, per exemple, es podria fer servir aquesta tipologia de repte **concatenat**.

A continuació, exposem exemples classificats segons les tipologies identificades:



#context proper

Podem assolir un sistema de distribució més eficient?

Plantejament

En ple debat públic sobre l'ús de drons i vehicles autònoms per a lliurar mercaderies, sembla que el sector de la distribució logística presencia una forta disrupció. Noves empreses aprofiten la problemàtica de la darrera milla per a proposar nous models de negoci. Deliveroo i Glovo són dues companyies especialitzades en el lliurament de menjar a domicili que operen sobretot en entorns urbans i fan els desplaçaments en mitjans sostenibles, principalment la bicicleta. En paral·lel ha nascut també Stuart, empresa de repartiment d'empresa a empresa (B2B) especialitzada en el trasllat en bicicleta de paqueteria de petites dimensions. La disrupció no afecta únicament el mateix servei que ofereixen, sinó que també proposen una alternativa més sostenible i eficient. No obstant això, aquestes iniciatives encara no són predominants al mercat. La distribució i el transport logístic generen gran quantitat de trànsit, i moltes ciutats comencen a aplicar polítiques restrictives respecte de l'ús de determinats tipus de vehicles. Amb tot, cap a on avançarà el sector? Com ens podem adaptar al canvi i ser punters per a donar solucions innovadores a la nostra empresa?

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

#context proper

L'Europa medieval, un món semblant al nostre?

Plantejament

El dret del món medieval és un dret plural, compostat per molts ordenaments jurídics que són reflex de les diverses corporacions que els sustenten. Aquest món s'assembla molt al nostre. Des de fa unes dècades, amb la decadència de l'estat com a únic referent polític a tot el món, però especialment a Europa, assistim, de nou, a un escenari polític i jurídicament plural, com el medieval. Pots identificar quines són aquestes estructures semblants?

Assignatura: Fonaments històrics del dret

Professor: Manuel Vial

Estudis: Dret i Ciències Polítiques

#context proper

Quan el problema és la crisi del cogombre, de les vaques boges o de la grip aviar: comunicació de crisi

Plantejament

Menjar és un fet quotidià que es viu sovint amb plaer, però la preocupació davant el que mengem pot sorgir de manera més intensa o menys en determinats individus o davant determinades situacions. Un d'aquests contextos és el que anomenem «moments de crisi», sigui per l'aparició de toxiinfeccions alimentàries massives o per situacions que posen en qüestió la seguretat de la cadena productiva. Es tracta de contextos en què la seguretat alimentària d'un producte de compra habitual és qüestionada, a diferència dels contextos de «normalitat» (absència d'alarmes sanitàries), en què es dona per fet que hi és, i això desencadena un conjunt de reaccions adverses entre la població.

Davant un episodi d'aquest tipus, des del punt de vista de la comunicació, resulta necessari transmetre al conjunt de la població informació veraç i adequada, basada en l'avaluació que en facin les autoritats sanitàries, i, si fos el cas, les mesures preventives necessàries per a prevenir riscos per a la salut. D'altra banda, cal generar confiança respecte als productes que hi hagi al mercat i evitar caigudes dràstiques en el consum que no estan justificades, especialment una vegada que les autoritats sanitàries han establert mecanismes de control sobre els productes sota sospita. Finalment, és rellevant que en aquest tipus d'episodis, de fort impacte mediàtic, la confiança en la seguretat del sistema

de producció alimentària i en els mecanismes de resposta davant una situació de crisi surti reforçada.

Assignatura: Comunicació Alimentària

Professora: Alicia Aguilar

Estudis: Ciències de la Salut

#context proper #plantejament teòric

Amb les decisions de productes, marques, innovacions i preus creem i captem valor

Plantejament

En cada nou model d'iPhone, Apple no solament incorpora millores tecnològiques, sinó que també ofereix un valor superior al client, fruit de l'experiència satisfactòria que s'obté amb l'ús que se'n fa. Des de les primeres versions, els iPhones s'han adreçat a un segment de consumidors molt concret: sofisticats, amants de la tecnologia, el disseny i els viatges, cosmopolites i amb ingressos relativament elevats.

Els llançaments d'Apple no els defrauden perquè se'ls ofereix un producte exclusiu, aspiracional i que els posa a l'abast tot el que desitgen en un mòbil: des de l'última tecnologia fins al reconeixement social. Per a aquests consumidors, Apple és sinònim de tecnologia d'avantguarda, disseny, qualitat i modernitat; i els iPhones, a més de ser pràctics i fàcils d'usar, els generen una sensació de poder i autoestima.

Un producte d'aquestes característiques, que té el suport d'una marca de gran confiança i proporciona una experiència de consum excel·lent, es pot acompanyar d'una estratègia de preus alts. Per contra, un preu baix, encara que pugui facilitar la compra del producte per part d'un ampli col·lectiu, no permetria ingressar un marge significatiu per cada unitat de producte venuda i representaria el risc afegit que els usuaris no associessin la proposta de valor amb un producte amb la màxima qualitat i les millors prestacions.

Una de les claus de l'èxit en l'estratègia de màrqueting està a aportar un valor superior al consumidor, i també en el fet que el preu es correspongui amb aquest valor que el consumidor atribueix al producte.

Assignatura: Direcció de màrqueting

Professora: Inma Rodríguez-Ardura

Estudis: Economia i Empresa

#context proper #plantejament teòric



#escenari professional

Oferta de feina: t'animes a desenvolupar un Projecte d'Educació Nutricional? Et busquem a tu!

Plantejament

He començat un curs d'educació nutricional i he pres consciència de la importància de canviar els hàbits alimentaris per a millorar la salut, tant individual com col·lectiva. Estic molt motivada i vull compartir el que aprenc amb més gent! Segur que no soc l'única persona que no sap tot això!!

Visitant una pàgina web de cerca de feina, veig un anunci en què es busca un professional per a treballar en educació nutricional. Aquesta feina ha de ser meva! M'hi presento i em demanen que prepari per a l'entrevista una proposta de programa d'educació nutricional, tenint en compte les diferents fases del disseny d'un programa! No tinc gaire temps per a preparar-ho, o sigui que: anem per feina!

*Adaptat de l'assignatura: Educació Nutricional
Professora: Marina Bosque
Estudis: Ciències de la Salut*

#escenari professional

Les històries són a tot arreu

Plantejament

Com a periodista sents un compromís amb la realitat que t'envolta: escoltar diferents veus i transmetre a un públic tan ampli com sigui possible el que consideres com a professional rellevant en un context social específic. Això vol dir estar atent a les històries que tenim al voltant i crear tu mateix una història amb valor informatiu. En el procés de selecció de nous professionals en el nostre mitjà digital TotArreu, volem posar a prova la teva capacitat d'observació i immersió en la realitat que t'envolta: volem que triïs un dia i que et

dediquis a relatar totes les històries a les quals et vegis exposat, sigui pels mitjans de comunicació, les teves xarxes socials, les teves interaccions personals, les teves lectures o, per descomptat, les teves pròpies històries.

Assignatura: Noves formes narratives

Professor: Toni Roig

Estudis: Ciències de la Informació i de la Comunicació

#escenari professional

Com es reestructura un departament d'e-learning en fase d'internacionalització?

Plantejament

L'empresa espanyola Learning Network Company, consultora de formació dedicada a l'organització de seminaris presencials de curta durada, ha consolidat amb èxit la seva oferta amb la creació del departament d'aprenentatge en línia (e-learning). Amb la seva integració al grup multinacional Beispiel Group, la consultora va redefinir l'estratègia per a alinear la seva activitat amb les exigències del grup i repercutir en els seus processos i disseny organitzatiu.

Les noves demandes exigeixen al director de l'àrea d'aprenentatge en línia donar resposta a la nova situació, condicionada pels nous productes i serveis que s'ofereixen, d'acord amb una nova línia de negoci, en un mercat en permanent evolució per l'ús intensiu de la tecnologia i les condicions econòmiques que afecten la demanda.

Adaptació feta per l'equip de Processos d'Aprenentatge de l'eLearn Center

#escenari professional

Una carta de restaurant: de la taula a la butxaca

Plantejament

Has acceptat l'encàrrec d'un prestigiós restaurant que vol oferir la seva carta per encàrrec en línia. Per a fer-ho, necessita publicar-la a internet. Com que el seu pressupost és reduït

i volen arribar al màxim de dispositius possible, han triat un format portable i que poden llegir la gran majoria de dispositius electrònics actuals: el format PDF.

Els has proposat que els faràs dues versions de la carta: una per a poder-la veure en format mòbil (pantalles petites, de menys de sis polzades, i amb una disposició en vertical) i una altra per a la resta de pantalles, més grans. A més, atès que hi haurà una gran quantitat d'imatges, t'has compromès que els PDF ocupin tan poc com sigui possible sense perdre qualitat d'imatge.

Adaptat de l'assignatura: Producció i publicació digital

Professor: Javier Melenchón

Estudis: Ciències de la Informació i de la Comunicació

#escenari professional

 **tornar**



#descripció del context d'aplicació

Quins elements ens ajuden a comprendre millor el paper i responsabilitats dels professionals dels serveis socials?

Plantejament

Com a professionals dels serveis socials, conèixer les necessitats dels usuaris del servei és, segurament, una de les primeres qüestions que ens hem de plantejar: què els porta a la situació que viuen, de quina manera i des d'on poden ser ateses. En la majoria de casos no atenem situacions només de tipus individual: sovint són conseqüència de factors familiars o d'una estructura social i econòmica concreta. De la mateixa manera, la nostra pròpia tasca professional es duu a terme dins d'una institució determinada i en un context social i polític determinat, fets que, necessàriament, condicionen la comprensió i atenció que s'implementa. La nostra professió ens obliga a comprendre els conceptes de necessitat social, reconeixement de dret i formulació de drets socials com a consecució en el procés de justícia social.

Adaptat de l' assignatura: Serveis socials.

Professora: Asun Pié

Estudis: Psicologia i Ciències de l'Educació

#descripció del context d'aplicació

Com es duu a terme una recerca?

Plantejament

L'activitat de recerca sembla omnipresent en la nostra societat: els mitjans de comunicació parlen sovint dels nous avenços científics; els educadors remarquen la importància de potenciar les disciplines científiques i les habilitats de recerca en els currículums escolars; polítics i acadèmics coincideixen (i solen coincidir en ben poques coses) en el seu impacte social i econòmic, i així un llarg etcètera. Com a conseqüència d'aquesta omnipresència,

molta gent estaria d'acord a acceptar que aquesta activitat s'ha instal·lat com un element més de la nostra societat.

No obstant això, preguntats sobre què és, probablement trobaríem moltes respostes plenes de tòpics, i sovint centrades en els seus productes finals, com les aplicacions mèdiques o el desenvolupament de la societat de la informació, de la qual la telefonia mòbil que molts portem a la butxaca és un dels exemples més clars. La recerca és una activitat que ens permet conèixer millor el nostre món, però el fet que la recerca i els seus productes hagin impregnat tant les nostres vides i que els trobem, d'una manera o altra, en gairebé tots els àmbits de la nostra societat, fa difícil la tasca de proporcionar una visió global i integrada, però també acurada, del que representa aquesta activitat. Per això no n'hi ha prou amb preguntar-nos què és i com es fa l'activitat de recerca [...].

Seríeu capaços de definir i classificar les variables, les hipòtesis, les mesures i els errors de mesura? Sabeu com es fa una observació, una experimentació o una simulació?

Assignatura: Introducció als mètodes d'investigació en psicologia

Professor: Julio Meneses

Estudis: Psicologia i Ciències de l'Educació

#descripció del context d'aplicació **#context proper**

El procés de construcció de l'Educació Social com a professió reflexiva

Plantejament

Partim de la idea que la pedagogia social és una disciplina que aporta elements per a reflexionar sobre les pràctiques socioeducatives, entre les quals sobresurt, de manera destacada, tot el que passa entorn de l'educació social. Però tenim clar què és exactament l'educació social? N'hi ha prou amb dir que es tracta d'una professió o hi ha altres perspectives substancials que s'han de tenir en compte?

Quina ha estat la seva trajectòria? En quin moment és ara? Quins reptes de futur té?

Per a respondre aquestes preguntes i construir un primer marc de referència que més endavant ens servirà per a aprofundir en l'actualitat de la pedagogia social, el primer pas serà conèixer els orígens de l'educació social. L'objectiu és deixar clar com va néixer aquesta professió, quins han estat els moments més representatius en aquest procés de construcció i què la singularitza respecte d'altres professions «socials».

Assignatura: Pedagogia Social

Professor: Segundo Moyano

Estudis: Psicologia i Ciències de l'Educació



#descripció del context d'aplicació

#plantejament teòric

 **tornar**

#plantejament teòric

Alternatives per un accés universal als recursos naturals bàsics: drets humans o béns comuns?

Plantejament

Enfront de la privació material en diferents graus que pateix una part important de la població del planeta, reconeguda pels mateixos Objectius de Desenvolupament Sostenible, sobretot al sud global, tot i que també de manera creixent al nord global, han emergit diferents aproximacions normatives per a fer front a aquestes situacions. Per una banda, de manera molt important en els darrers anys ha agafat molta força la narrativa dels drets humans entorn de diferents vectors socioambientals: dret humà a l'aigua, dret a l'energia, dret a l'alimentació, etc. Probablement és el dret humà a l'aigua el que ha tingut un recorregut més llarg i institucionalitzat, amb les Nacions Unides reconeixent-lo el 2010 i molts països incorporant-lo en la legislació (incloent-lo alguns casos en les constitucions). Per altra banda, enfront de la cada vegada més clara visibilització de la pobresa energètica, diferents col·lectius i fins i tot institucions (per exemple, governs locals) també reclamen el «dret a l'energia». A més, emergeix un corrent de pensament, en l'àmbit tant activista com acadèmic, que reclama que béns bàsics com l'aigua, l'energia o els aliments siguin considerats comuns, és a dir, béns que es gestionen de manera col·lectiva per a satisfer les necessitats de tota la comunitat, i que això tingui implicacions radicals en la manera com es produeixen, es distribueixen i es consumeixen. També és interessant veure plantejaments que venen del sud global, com els del *buen vivir*, que parlen dels drets de la naturalesa. La naturalesa pot tenir drets? O exclusivament en podem tenir els humans?

Assignatura: Seminari consum energètic i sostenibilitat
Professors: Hug March i Isabel Ruiz
Estudis: Arts i Humanitats

#plantejament teòric

Escripures del jo: l'autoficció

Plantejament

El 1977, l'escriptor i professor francès Serge Doubrovsky va inventar el neologisme *autoficció* per a definir un nou tipus de ficció centrada en la recreació personal de fets estrictament reals i amb una forta presència del jo. A cavall de l'autobiografia i la novel·la, l'autoficció planteja un pacte de lectura ambigu segons el qual la identitat de la primera persona del relat coincideix amb la de l'autor, el narrador i el personatge de la història. Com a modalitat de les anomenades *escripures del jo*, juntament amb l'autobiografia, el dietari, les memòries, el testimoni o la confessió, l'autoficció es distingeix per ser un motlle genèric ampli que opera fonamentalment en l'àmbit narratiu però que també es manifesta en el teatre, el cinema, el còmic o les sèries de televisió. Com es construeixen aquests relats ambigus sobre el jo i què ens ensenyen sobre la construcció de la nostra pròpia identitat?

Assignatura: Gèneres de literatura contemporània
Professora: Neus Rotger
Estudis: Arts i Humanitats

#plantejament teòric

Elabora el teu propi manifest de disseny!

Plantejament

Els grans dissenyadors ens han deixat reflexions útils sobre el que, en cada moment, han considerat «bon disseny». Què és un bon disseny és una pregunta que no té una única resposta, sinó moltes, atès que cada producte es crea a partir d'unes necessitats i uns objectius, que de vegades escapen a criteris estrictament racionals i s'ajusten més bé a un context cultural o una tendència estètica. El disseny és una manera de crear el món i de donar forma a com vivim en aquest món. Per això, el disseny respon cada vegada a requisits que no emanen únicament de la creativitat dels dissenyadors, sinó que obeeixen a les necessitats d'una àmplia gamma d'usuaris, de contextos socioculturals diversos, i, per descomptat, se centren a reduir al màxim l'impacte mediambiental del producte creat, tant en la producció com en l'ús que se'n fa.

Et proposem treballar amb les idees dels dissenyadors i les anomenades *filosofies del disseny*, línies directrius en el disseny contemporani que busquen conscienciar els dissenyadors de crear productes centrats en els usuaris, sostenibles, duradors i oberts a la participació, tant en la concepció com en la producció, l'ús, la reparació i el redisseny.

L'objectiu és que coneguis i sàpigues aplicar els principals plantejaments teòrics entorn del disseny actual en l'anàlisi d'un disseny, la reflexió sobre les implicacions socials i culturals del disseny, les diferents maneres de concebre el «bon disseny» o també la confecció d'una perspectiva pròpia sobre com ha de ser el disseny que et pugui inspirar en la trajectòria professional. Coneixent aquestes perspectives teòriques et pots preguntar: què és per a mi el disseny?

Assignatura: Història, teoria i crítica del disseny

Professora: Ana Rodríguez

Estudis: Ciències de la Informació i de la Comunicació

#plantejament teòric

Les ulleres de Manovich (anàlisi comparativa de tècniques i aplicacions de programari)

Plantejament

Imaginem la situació següent: aquest és un curs de, posem per cas, «Introducció al pensament marxista», o sobre «Les teories de Sigmund Freud», en lloc de ser-ho de «Fonaments i evolució del multimèdia». I imaginem a continuació que la segona activitat d'avaluació contínua consisteix a fer un comentari o anàlisi crítica d'un dels llargmetratges *Superman* o *Titanic* (per a posar dos films de popularitat àmplia) a partir dels continguts tractats en el curs.

En el cas de *Superman*, sens dubte, entre moltes altres possibilitats, utilitzant el pensament de Freud, podríem comentar la hipòtesi de l'encarnació d'aquest com un autèntic *superjò* freudià, capaç d'arribar a tots els desitjos i les glòries que ens estan vedades i que ens reprimim en el dia a dia, d'aquí l'èxit i la popularitat dels superherois en *l'inconscient* col·lectiu, etc.

En el cas de *Titanic*, a partir del pensament marxista, el film ens permetria comentar àmpliament la divisió jerarquitzant entre *estructura* econòmica i *superestructura* cultural, assenyalar i denunciar la *divisió de classes socials*, denunciar *l'explotació* en el treball que fonamenta la navegació del mateix Titanic, comentar de manera crítica l'ús *alienant* de les naus salvavides per a salvar prioritàriament els rics, etc.

En definitiva, les teories i les claus interpretatives aportades per Marx o Freud ens permetrien projectar fàcilment una mirada crítica sobre els continguts dels films proposats, ens dotarien d'una «caixa d'eines-conceptes» i d'unes «ulleres» sota el prisma de les quals els objectes d'estudi que hem d'analitzar apareixerien, sens dubte, esbiaixats, però

amb una «veritat» que aquestes «ulleres-eines» potencien i catalitzen, fruit de l'ús d'uns conceptes (superjò, inconscient, alienació, divisió de classes, etc.) aportats pels autors citats. Aquest plantejament resulta igualment vàlid per al conjunt del pensament, les idees i els conceptes aportats per Lev Manovich al nostre curs (tècniques específiques del mitjà, tècniques independents del mitjà, metamitjans, hibridació, modularitat, transcodificació, etc.) i serà a partir d'aquests que caldrà enfrontar-se al repte d'analitzar tècniques i aplicacions de programari contemporànies.

Assignatura: Fonaments i evolució de la multimèdia

Professora: Laura Porta.

Estudis: Informàtica, Multimèdia i Telecomunicació

#plantejament teòric

 **tornar**

#fragment d'un recurs

«L'estabilitat no és immobilitat»

Plantejament

Aquesta frase s'atribueix al príncep de Metternich. L'estadista austríac va ser un dels protagonistes de la Restauració, l'època en què les grans potències europees van intentar esborrar els grans canvis resultants de la Revolució Francesa i l'imperi de Napoleó. Va promoure el congrés de Viena (1814-1815) amb l'objectiu d'establir un nou equilibri internacional que inaugura una nova forma de relacions entre estats, basada en la cooperació i el consens. Per a això, es va posar en marxa un sistema institucional permanent sustentat en la gestió conjunta entre les grans potències (també conegut com a sistema de concert, sistema de congressos o sistema Metternich) que vetllaria per la pau i l'estabilitat. Com a resultat, Europa va experimentar el període de pau més prolongat conegut fins llavors. Durant quaranta anys no hi va haver cap guerra entre les grans potències.

Quina importància va tenir aquesta noció de gestió concertada de la seguretat internacional? Continua vigent avui?

*Adaptat de l'assignatura: Història de les relacions internacionals
Professora: Mikel Barreda
Estudis: Dret i Ciències Polítiques*

#fragment d'un recurs **#plantejament teòric**

Una veritat en 24 mentides per segon

Plantejament

Jean-Luc Godard va dir «La fotografia és veritat. I el cinema és una veritat 24 vegades per segon». Temps després, Michael Haneke va afirmar just el contrari en el marc del Festival de Canes: «El cinema són 24 mentides per segon», va dir. El que sens dubte sí que és cert és que el director de cinema (i de qualsevol producte audiovisual) menteix i diu la veritat a voluntat, mostrant i ocultant segons els seus interessos. El creador cinematogràfic mira i deixa mirar (o potser hauríem de dir «obliga a mirar») des d'una determinada posició

i en una actitud determinada. Anem un pas més enllà del que explica la història i vegem com s'explica.

Posem-nos, si més no per un moment, les ulleres de mirar de prop com es crea la fantasia en imatges. Descubrim que la manera en què un cineasta disposa la realitat davant la càmera no és un mer assumpte formal, sinó la qüestió clau de la creació del film.

Assignatura: El fantàstic en imatges: posada en escena en el gènere

Professor: Jordi Sánchez

Estudis: Informació i Ciències de la Comunicació

#fragment d'un recurs

Què s'amaga darrera del e-commerce?

Plantejament

Segons dades de l'observatori Cetelem per a 2017, un 27% de la població espanyola reconeix comprar per internet com a mínim una vegada a la setmana (un 6% més en relació al 2016). Percentatge que es multiplica si s'atén a les operacions fetes al llarg de tot l'any. De fet, en termes agregats s'estima que cada família gasta gairebé 2.000€ a l'any de mitjana (38% superior a 2016). El Marketplace ja s'ha convertit en el canal preferit pels consumidors en tots els sectors, excepte per productes per la llar i esports on segueix primant la pròpia web de la botiga. I els mòbils es consoliden com els dispositius més emprats pels consumidors (56%) per comprar degut a la seva rapidesa, flexibilitat horària i senzillesa. Ara bé, els consumidors es segueixen queixant de tres qüestions: 1. El temps mitjà d'arribada dels productes és de 4,5 dies; 2. Les despeses d'enviament no són gratuïtes; 3. Segueix sent complicat fer devolucions. Sembla doncs que la tecnologia ha estat capaç de posar noves formes de consum a l'abast dels usuaris, però el sector logístic no ha estat capaç encara d'adaptar-se al canvi.

Sabries indicar quins canvis s'han de portar a terme en els negocis tradicionals per competir en aquest nou escenari? Quines repercussions logístiques tindran aquests canvis i com s'han d'implementar?

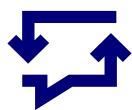
Assignatura: Logística per a l'e-commerce

Professor: Eduard Álvarez

Estudis: Economia i Empresa

#fragment d'un recurs **#context proper**





#repte concatenat

Repte/activitat 1

On comencen i on acaben les llibertats d'expressió i informació?

Plantejament

Posa't en la situació que has començat a treballar en un mitjà de comunicació. El José, el teu cap directe, t'explica que, fa poc, el mitjà s'ha vist involucrat en diversos procediments judicials per extralimitar-se en l'exercici de les llibertats d'expressió i informació i vulnerar drets de terceres persones. Conscient de l'impacte negatiu i de les responsabilitats derivades d'aquestes males pràctiques periodístiques, el José t'encarrega la supervisió acurada, des d'un punt de vista jurídic, de les informacions i els articles d'opinió que s'elaborin en la teva secció. Com que es tracta d'una tasca que requereix uns coneixements jurídics bàsics però, alhora, essencials, el José et proposa assumir progressivament aquesta responsabilitat. Durant les primeres setmanes, hauràs de parlar amb l'atenció al dret que exerceixes en cada peça que elabores i a quins drets de terceres persones pot afectar. Un cop feta aquesta anàlisi prèvia, la Chantal, una periodista veterana d'una altra secció, s'encarregarà, per ara, de la validació final.

Repte/activitat 2

Com s'apliquen i es ponderen els límits jurídics de l'activitat periodística?

Plantejament

Ja ha passat un mes des que treballes en el teu nou mitjà de comunicació. El José et felicita per la qualitat de les peces que tu mateix has signat i, també, per les bones referències que li ha donat la Chantal en relació amb l'anàlisi jurídica bàsica que et van encarregar. Ha arribat, doncs, l'hora de fer un pas més i completar el procés. A partir d'ara hauràs d'assumir tu la responsabilitat de valorar si les peces periodístiques proposades per la teva secció s'adeqüen a la legislació i si exerceix correctament els drets propis i específics de la professió periodística i, sobretot, en cas de detectar un risc de conflicte entre l'exercici de les llibertats d'expressió o informació i els drets de les terceres persones al·ludides, hauràs de valorar quins d'aquests drets haurien de prevaldre. A més a més, en

tots els casos, el José et demana que tinguis presents les conseqüències jurídiques que es podrien derivar en cas de vulnerar els límits jurídics i l'atribució de les responsabilitats.

Assignatura: Règim Jurídic de la comunicació

Professora: Sandra Vilajoana

Estudis: Ciències de la Informació i de la Comunicació

#repte concatenat

#escenari professional

Repte/activitat 1

Enguegem el projecte en equip!

Plantejament

Des d'una comunitat a internet que es dedica a generar i difondre continguts sobre diferents temes relacionats amb el disseny han posat un anunci a diverses xarxes socials perquè necessiten contractar un equip que s'encarregui de crear i difondre continguts sobre uns àmbits temàtics concrets per tal de generar més opinió pública i arribar a un públic no expert. Els temes que plantegen són els següents: ecodisseny i sostenibilitat; disseny ètic; cultura lliure i moviment *maker*; diversitat i disseny inclusiu. Així, doncs, per a fer-ho necessitaràs formar un equip. Però, com es crea un equip de treball efectiu? Quines són les bases per a aconseguir que un equip de treball funcioni i porti un projecte comú a bon port, especialment en un entorn en línia?

El repte serà crear els equips de treball, mirant de cercar persones afins amb les quals ens agradaria treballar, deixar clares les normes de funcionament del grup per a aconseguir que l'equip treballi de manera coordinada, concretar el tema que centrarà el projecte i planificar-nos de manera adequada individualment.

Repte/activitat 2

Ens organitzem i estructuram el projecte!

Plantejament

Ara que ja tenim el grup creat, el tema triat i els acords de funcionament consensuats, és moment de posar-nos mans a l'obra per tal de desenvolupar el projecte que ens ha sol·licitat la comunitat! Per a fer-ho, afrontarem el repte següent, que consistirà a organitzar-nos de manera efectiva, trobar la informació adequada i començar a donar-hi forma abans de desenvolupar-lo.

Ah! I és molt important el fet que la comunitat també ens ha demanat que vol conèixer millor tots els integrants de l'equip i les seves trajectòries professionals i l'experiència, per la qual cosa ens demanen que cadascú de nosaltres creï el seu portafolis personal.

Repte/activitat 3

Construïm el projecte!

Plantejament

La comunitat que ens ha contractat ja ha aprovat l'estructura del projecte que li hem presentat i ens proposa el repte següent: poder disposar d'una primera versió del projecte amb tots els continguts ja desenvolupats abans de publicar-los. Ens demanen que, a banda de la redacció, incloguem també elements multimèdia que ajudin a comprendre millor tot el que expliquem (fotos, gràfics, taules, vídeos...), i ens proposen que els ho mostrem tot en un Google Sites, que serà el format final de publicació. Així, doncs, ja ha arribat el moment de desenvolupar cadascun dels apartats del projecte, tractant la informació en diferents formats, i seguint la planificació per tal de poder complir els terminis que ens han proposat.

A més, la comunitat ens demana que cadascú de nosaltres aporti una reflexió al portafolis personal sobre la identitat digital a la xarxa, ja que treballen en un projecte de recerca sobre el tema i els interessa poder comptar amb futurs col·laboradors i col·laboradores.

Repte/activitat 4

Tanquem el projecte i el difonem!

Plantejament

Ja hem arribat gairebé al final!

La comunitat està satisfeta amb aquesta primera versió del projecte que li hem presentat, i el darrer repte que ens proposen és tancar-lo, fent les revisions pertinents per tal de presentar-lo públicament i fer-ne difusió.

Per a fer-ho, ens plantegen que elaborem una breu presentació del projecte que aconsegueixi despertar l'interès dels nostres futurs lectors en el format que ens resulti més adient (presentació, vídeo, infografia...) A més, la comunitat ens requereix disposar d'aquesta presentació amb un resum en anglès, per a poder arribar a un públic més ampli.

Quan ho tinguem, se'ns proposa revisar i valorar alguns projectes que han elaborat altres equips que també han estat contractats per a aportar continguts a aquesta comunitat en línia. Les valoracions rebudes ens permetran preparar la defensa del nostre projecte i, segons el retorn que rebem, podrem aplicar les propostes de millora que ens hagin aportat

per a aconseguir un projecte rodó!

Adaptat de l'assignatura: Recursos i comunitats digitals

Professora: Gemma Abellan

Estudis: Ciències de la Informació i de la Comunicació

#repte concatenat

#escenari professional

Repte/activitat 1

Com puc millorar la sostenibilitat d'una destinació turística?

I. Identificació i presentació raonada del cas d'estudi i planificació del projecte.

Plantejament

En el caràcter de (futurs) experts en desenvolupament sostenible de les activitats turístiques, heu rebut d'un client un encàrrec de redacció d'un informe relatiu a la sostenibilitat turística d'una destinació en tots o en algun o alguns dels seus aspectes (ambientals, socials, econòmics...) i les seves possibilitats de millora. Us haureu d'enfrontar als desafiaments i les dificultats d'un procés d'informació, anàlisi i síntesi d'un cas orientat a la sostenibilitat d'una activitat turística determinada, alhora que tindreu l'oportunitat de posar en acció la vostra imaginació i la vostra creativitat aplicades a un cas real.

En aquesta primera fase haureu d'identificar i descriure el cas d'estudi i fer la planificació del projecte.

Repte/activitat 2

Quina informació necessito?

II. Cerca, abocament i anàlisi de la informació sobre la destinació

Plantejament

Una vegada acabada la primera part del projecte amb la justificació de la tria i la descripció de la destinació, la identificació de les aportacions que pot fer l'estudi, els objectius generals i la problemàtica que s'ha d'abordar, la planificació del treball i la iniciació de la recollida d'informació, ens trobem en condicions d'iniciar la segona part, corresponent a la cerca i l'anàlisi de la informació.

L'objectiu d'aquesta etapa és arribar a disposar d'un bon nivell de coneixements sobre la sostenibilitat turística del cas escollit, per mitjà de l'elaboració d'una base de dades organitzada i fiable i la seva anàlisi posterior mitjançant les metodologies que es

determinin, la qual cosa ens ha de permetre conèixer i confirmar o descartar la informació que ens va posar sobre la pista que el nostre era un cas millorable des del punt de vista de la sostenibilitat.

Aquesta anàlisi l'haureu de contextualitzar a partir dels aspectes de la destinació que heu decidit abordar, tenint en compte els conceptes teòrics bàsics de la sostenibilitat. Recordeu que l'enfocament el podeu plantejar des del punt de vista acadèmic d'un investigador o bé amb la perspectiva operativa d'un gestor o professional del turisme.

Repte/activitat 3

De la informació al coneixement

III. Elaboració d'una diagnosi de sostenibilitat turística de la destinació.

Plantejament

Una vegada completades la recopilació i la interpretació de la informació sobre el cas escollit, es podrà obtenir mitjançant l'aplicació de tècniques d'anàlisi adequades una diagnosi fonamentada de la problemàtica de sostenibilitat de la destinació situada en un territori i un mercat determinats, que ens ha de permetre identificar els problemes de sostenibilitat i aportar una visió estratègica sobre les possibles conseqüències a les quals la destinació s'enfrontarà en el futur.

En aquesta fase haureu de conèixer amb profunditat i implantar els mètodes actuals de recerca i professionals en turisme sostenible, argumentar i sistematitzar els resultats obtinguts i exposar-los de manera clara i completa.

Repte/activitat 4

Del coneixement a l'acció

IV. Objectius i estratègies de millora.

Plantejament

En aquest punt de l'estudi ja disposeu d'un bon nivell de coneixement sobre el cas triat a l'inici del procés. La informació obtinguda us ha permès fer una anàlisi de la destinació, situada en un territori i en un mercat determinats. L'anàlisi crítica de la informació i els mètodes de diagnòstic us han permès identificar la problemàtica bàsica i efectuar un diagnòstic detallat del cas que ens aporta una visió estratègica sobre les possibles conseqüències a les quals la destinació s'enfrontarà en el futur.

Si aquest procés s'ha desenvolupat de manera completa i sòlida, estareu en disposició d'elaborar un informe final amb l'objecte de proposar accions estratègiques de millora enfocades al desenvolupament sostenible de la destinació.

Adaptat de l'assignatura: Sostenibilitat i turisme



Professor: Joan Miquel Gomis
Estudis: Economia i Empresa

#repte concatenat

#escenari professional

 **tornar**

Alguns exemples de redacció de plantejaments **NO RECOMANATS** són:

Exemples	Perquè NO són recomanats
<i>Amb aquesta activitat comprendrem els conceptes bàsics de la gestió de projectes.</i>	Correspon més a una declaració d'objectius per part del docent que no pas al plantejament d'una activitat o conjunt d'activitats reptadores.
<i>Saber fer un balanç i el compte de pèrdues i guanys d'una institució és essencial per a qualsevol economista.</i>	Cert. Però l'estudiant de la UOC que es matricula del grau d'ADE possiblement això ja ho sap. Li hem de fer veure per què fem aquesta afirmació.
<i>Abans de poder endinsar-nos en ... hem d'aprendre a...</i>	La necessitat de tractar uns temes abans que uns altres pot tenir lògica en la seqüència de continguts competencials. De nou, cal donar informació a l'estudiant sobre el perquè i els beneficis que té que plantegem aquesta seqüència d'una manera determinada.
<i>Partint de les nocions de variable, estructura condicional, estructura repetitiva i funció, introduïrem l'estudiant en la programació orientada a objectes.</i>	Es correspon amb la finalitat de la formació i és poc motivador perquè està redactat des del punt de vista del docent.
<i>En aquesta activitat introductòria plantejarem reptes que ens permetran treballar els conceptes de l'assignatura.</i>	Des d'un escenari d'aprenentatge significatiu, comunicar a l'estudiant que l'activitat que li proposem és introductòria aporta poc perquè no l'ajuda a resoldre-la. Tampoc no estem donant informació de context sobre el que esperem que faci.

Altres fitxes relacionades



Com es formula el repte d'una activitat



14 exemples de reptes



10 maneres d'expressar el títol del repte