

TEMA 3: Les xarxes socials en el sector públic

1. Quina és una característica clau de l'ús de xarxes socials per part de les administracions públiques?
 - a) Permeten una comunicació unidireccional amb la ciutadania.
 - b) Faciliten la interacció i participació ciutadana.
 - c) S'utilitzen principalment per a comunicacions internes.
 - d) Substitueixen completament altres canals de comunicació.
2. Quina tipologia de xarxes socials és més adequada per a la comunicació institucional?
 - a) Xarxes professionals com LinkedIn.
 - b) Xarxes generalistes com Facebook i Twitter.
 - c) Xarxes d'imatges com Instagram.
 - d) Totes les anteriors, depenent de l'objectiu de comunicació.
3. Segons els principals informes digitals i estudis d'audiència publicats el 2024, quina és la xarxa social amb un major nombre d'usuaris actius a Espanya?
 - a) Twitter.
 - b) Facebook.
 - c) Instagram.
 - d) YouTube
4. Quina funció tenen les xarxes socials en la comunicació del sector públic?
 - a) Difondre informació oficial i promoure la transparència.
 - b) Entretenir la ciutadania amb contingut lúdic.
 - c) Vendre productes i serveis públics.
 - d) Substituir els canals tradicionals de comunicació.
5. Quina és una estratègia efectiva en la creació de continguts per a xarxes socials en el sector públic?
 - a) Publicar contingut sense una planificació prèvia.
 - b) Adaptar el contingut a les característiques de cada xarxa social i al públic objectiu.
 - c) Utilitzar un llenguatge tècnic i formal en totes les publicacions.
 - d) Evitar la interacció amb els usuaris per mantenir la formalitat.
6. Quina eina és fonamental per al monitoratge de l'impacte en xarxes socials?
 - a) Enquestes telefòniques a la ciutadania.
 - b) Anàlisi de mètriques com el nombre de seguidors, interaccions i abast de les publicacions.
 - c) Observació directa de les publicacions sense recollir dades.
 - d) Comparació amb les xarxes socials d'altres institucions sense utilitzar indicadors específics.

7. Per què és important l'anàlisi de l'impacte en xarxes socials per a les administracions públiques?
- a) Per incrementar el nombre de seguidors sense importar la qualitat de la comunicació.
 - b) Per entendre l'eficàcia de les estratègies de comunicació i millorar la interacció amb la ciutadania.
 - c) Per competir amb altres institucions en popularitat.
 - d) Per justificar l'ús de recursos en comunicació digital sense necessitat de resultats concrets.
8. Quina és una pràctica recomanada en l'ús de xarxes socials per part de les administracions públiques?
- a) Publicar informació sense verificar per ser els primers a comunicar.
 - b) Mantenir una comunicació unidireccional sense respondre comentaris.
 - c) Establir protocols de resposta i gestionar adequadament les interaccions amb la ciutadania.
 - d) Utilitzar les xarxes socials només en situacions de crisi.
9. Quina consideració s'ha de tenir en compte en seleccionar les xarxes socials per a una institució pública?
- a) Utilitzar totes les xarxes socials disponibles per augmentar la presència en línia.
 - b) Seleccionar les xarxes socials més populars sense considerar el públic objectiu.
 - c) Analitzar quines xarxes socials utilitza majoritàriament el públic objectiu de la institució.
 - d) Evitar l'ús de xarxes socials per mantenir la formalitat institucional.
10. Quines xarxes socials té la Fundació Bit per al ParcBit?
- a) Instagram, Twitter i Youtube.
 - b) Instagram, Facebook i Twitter.
 - c) Twitter, TikTok i Youtube
 - d) Twitter, LinkedIn i Facebook
11. Quina fórmula ofereix una visió més precisa del nivell d'interacció en una publicació a Instagram?
- a) $(\text{Nombre total de visualitzacions} \div \text{Nombre de seguidors}) \times 100$
 - b) $(\text{M'agrada} + \text{Comentaris} + \text{Comparticions} + \text{Guardats}) \div \text{Impressió total} \times 100$
 - c) $(\text{Reproduccions del vídeo} \div \text{Durada del vídeo}) \times 100$
 - d) $(\text{Seguiments guanyats} \div \text{Nombre total de publicacions}) \times 100$
12. Quin dels següents indicadors seria menys rellevant a l'hora d'identificar quin tipus de contingut genera major impacte a xarxes socials?
- a) Temps mitjà de visualització per vídeo.
 - b) Percentatge d'impressions orgàniques vs. Pagades.
 - c) Nombre de seguidors nous generats per publicació.
 - d) Nombre d'enllaços trencats a la bio

13. Si detectes un creixement sobtat de seguidors sense increment d'interacció, què és més probable que estigui passant?
- a) Has publicat contingut de molta qualitat que la comunitat ha ignorat.
 - b) Algoritmes de la plataforma han penalitzat les teves publicacions.
 - c) El creixement prové d'una campanya de publicitat o compradors de seguidors
 - d) El teu compte ha estat clonat per un altre usuari
14. Per què és crític monitorar la ubicació, edat i franja horària d'activitat de la teva audiència?
- a) Per poder automatitzar completament la creació de continguts.
 - b) Per evitar penalitzacions per part de les plataformes.
 - c) Per optimitzar la segmentació de continguts i millorar l'eficiència de les publicacions.
 - d) Per fer més atractiu el perfil per a influencers
15. Quina és la raó estratègica més sòlida per realitzar un benchmarking de xarxes socials amb competidors del sector?
- a) Per millorar la teva classificació SEO a Google i xarxes.
 - b) Per establir objectius KPI realistes basats en referents similars.
 - c) Per adaptar la teva marca visual a la del teu competidor directe.
 - d) Per replicar les paraules clau utilitzades per altres marques