

KOD.: A112

INFORMAZIOAREN KUDEAKETA

**LEHEN ARIKETA.
BIGARREN PROBA**

**Denbora, gehienez: 120 minutu.
Galderak: 120.**

EREDUA:	D
---------	----------

- Ez ireki esan arte.
- Markatu, erantzun orrian, egokitu zaitzun eredu.
- Proba bukatzean, hartu orri hauek, erantzun-orriaren kopia horia eta jarraibideen orria.
- Gogoan izan:
 - Asmatuak: 1.00
 - Baliogabeak, bikoitzak edo zuriak: ez da punturik kenduko.
- Ereduaren marka jartzen ez baduzu, edo oker jartzen baduzu, proba baliogabetu egingo da.
- Ez da erantzun-orri berririk emango ariketaren azken 5 minutuetan.
- Bukatzen duzunean, altxa eskua, eta antolakuntzako baten batek jasoko dizu orri zuria.
- Ez da azterketarik jasoko, banaka, azken 3 minutuetan. Bukatu baduzu, geratu zure lekuan, isilik, denak batera bildu arte.

(a) .

(b) Eskerrik asko zure laguntzagatik

- 1. Funtsean, hau da erabilgarritasunaren eta erabiltzaile-esperientziaren arteko aldea:**
 - a. Erabilgarritasunak ingurune digitalari baino ez dio eragiten, bereziki web-orriei.
 - b. Ez dago alderik, gauza bera dira funtsean.
 - c. Erabiltzailearen esperientziak off-line denari baino ez dio eragiten.
 - d. Erabilgarritasunak elkarreragin digitalari egiten dio aipamen; esperientziak, herritarrekiko erlazio osoari.
- 2. Erabilgarritasunak ez bezala, erabiltzaile-esperientziak hauek hartzen ditu barne:**
 - a. Pertsonak sartzeko gailuak.
 - b. Pertsonak zerbitzuan sartzerakoan zituen itzaropenak.
 - c. Amaitzean zerbitzuaz geratzen den oroitzapena edo egiten den balioespena.
 - d. Zerbitzuan sartzen diren pertsonen ezaugarri demografikoak.
- 3. Erabilgarritasunak alor hauekin lotutako alderdiak hartzen ditu kontuan:**
 - a. Sartzeko hardwarea.
 - b. Programazioaren lengoia eta diseinu-atributuak.
 - c. Zerbitzuan sartzen diren pertsonen ezaugarri demografikoak.
 - d. Horiek guztiak.
- 4. Lean metodologia definitzen duen alderdia:**
 - a. Lantalde bizkorak sortzea.
 - b. Produktu eta zerbitzu txikiak sortzea eta hobekuntzak errepikatzen joatea.
 - c. Emaitzak lortzeko epeak murriztea.
 - d. Produktuaren dokumentazioa murriztea.
- 5. Zer da gutxieneko produktu bideragarria?**
 - a. Ezarritako epeetan atera dezakeguna.
 - b. Egin dezakegun produktu edo zerbitzu txikiena, publikoarentzat balioa sortuko duen alde batera utziz.
 - c. Merkatuari eskaini diezaiotzeko produktu edo zerbitzu txikiena, publikoari balio zehatz eta identifikagarria eskainiz.
 - d. Lean estrategia baten azken merkaturatze-helburua.
- 6. Zein da fase gakoa Design Thinking-en oinarritutako proiektu batean?**
 - a. Ulertzea.
 - b. Errepikatzea.
 - c. Prototipoa egitea.
 - d. Ebaluatzea.
- 7. Zer hartu behar dugu kontuan erabiltzaile posibleentzako inkesta bat definitzerakoan?**
 - a. Galdera mota.
 - b. Erantzunen gutxieneko kopurua zehaztea.
 - c. Komunikazio-estrategia definitzea.
 - d. Zerbitzuen hartzaile diren publiko-segmentu edo -profilak identifikatuta edukitzea.
- 8. Kasu honetan, wireframing-a erabiliko dugu, eta ez prototipoa:**
 - a. Oso talde zabala dugunean.
 - b. Azkar aurreratu behar dugunean.
 - c. Diseinu-eskema orokorrak azkar itxi behar ditugunean.
 - d. Diseinatzaile grafikoak kontratatzeke baliabiderik ez dugunean.
- 9. Erabiltzaileekiko test gidatu baten arriskua da:**
 - a. Pertsonak benetan erabiltzen ez dituzten jokabideak sortzea.
 - b. Behatzailearen presentziak pertsonaren jarrera baldintzatzea.
 - c. Behatzaile-gidariak emaitzak interpretatzeko arriskua.
 - d. Erabilera-saioak zuzenean jarraitzeko pertsona bat izatearen kostua.

10. Erabiltzaileekin moderatu gabeko test bat erabiltzearen arriskua da:

- a. Publikoaren desorientazio posiblea.
- b. Kasu eta emaitzen dispersio handia.
- c. Erabiltzaileen kontakizunaren fidagarritasun txikia.
- d. Ikertutako pertsonak benetan egiten duena kontrolatzeko ekipoak izatearen kostua.

11. Interfaze baten ebaluazio heuristikoa aztertzen den elementuetako bat da:

- a. Pantailen argitasuna.
- b. Kargatzeko denbora.
- c. Errore mezuen ulermena.
- d. Erabiltzaileen iritzia diseinuaz.

12. Zein da azterketa heuristikoaren xedea?

- a. Diseinuak pertsona bati webean mugitzea ahalbidetzen dioten estandarrak betetzen dituen ezagutzea.
- b. Diseinuari buruzko emaitza azkarrak lortzea.
- c. Diseinuko akats puntualak aurkitzea.
- d. Alorreko aditu nagusien funtsezko ikuspegia izatea.

13. Erabiltzaileen test bat egitean eragotzi beharrekoa

- a. Pertsona bati bete beharreko xede bat ezartzea.
- b. Datuak aztertzen ari den taldea ezagutzea.
- c. Saioen bideoak hartzea.
- d. Osorik ez dauden prototipoak erabiltzea.

14. Erabiltzaileen test bat egiteko publikoa aukeratzeko

- a. Gizartearen lagin adierazgarri bat bilatuko duzu.
- b. Ausazko aukeraketa egingo duzu.
- c. Publiko objektiboak osatzen saiatuko zara.
- d. Publiko objektiboak eta beste publiko-espektro batzuk nahastuko dituzu.

15. Zer aztertu behar dugu eduki digitalen auditoretza batean?

- a. Web-orriaren edukia.
- b. Web-orriaren eta prentsa-oharren edukia.
- c. Web-orriaren edukia eta sare sozialak.
- d. Antolakundeak argitaratzen dituen eduki digital oro, kanala eta formatua edozein direla.

16. Edukien estrategia bat definitzeko, alderdi hauetan oinarritutako estrategia izan behar dugu:

- a. Publikoa, helburuak eta balio-proposamena.
- b. Zein publikorengan zuzentzen garen.
- c. Antolakundearen helburuak.
- d. Erabilgarri ditugun komunikazio-kanalak.

17. Edukien estrategia batean, zer egin behar du editoreak?

- a. Edukia sortu, gero sailek beharrezkoa ote den azter dezaten.
- b. Edukia estilo-gidara egokitzen den gainbegiratzea, hizkuntzaren erabilera egokia den kontrolatzearen.
- c. Edukiaren maketazioa berrikustea, weberako egoki ez diren irudiak erabil ez daitezen.
- d. Edukia sortzen duten pertsona laguntzea, eta homogeneotasuna eta arauetikiko egokitzapena gainbegiratzea.

18. Eduki digitala osagai hauetan oinarrituz egituratzen da:

- a. Mezu bat eta hori bermatzen duen froga-multzo bat.
- b. Irudiak, testua eta bideoa.
- c. Orrialde bat, webgune baten barruan.
- d. Datu irekiak.

19. Edukien inpaktuaren matrizea alderdi hauek gurutzatzearen emaitza da:

- a. Edukiaren inpaktua eta sorkuntzaren kostua.
- b. Inpaktu teknologikoa eta edukiaren inpaktua.
- c. Interes politikoa eta herritarren interesa.
- d. Zenbat aldiz ikusi den eta zenbatetan partekatu den.

20. Eduki baten eragingarritasunari dagokionez,

- a. eduki interaktiboei baino ezin zaie aplikatu, formularioei, esaterako.
- b. edukiak hura kontsumitu ondoren zer egin behar den adierazten du.
- c. multimedia edukia da.
- d. edukiaren helburua esplizitatzea da.

21. Hauetatik, zein atributu dagokio edukiaren argitasunari?

- a. Noiz eguneratu zen azkenengoz.
- b. Zertarako balio duen.
- c. Nork irakurtzen duen.
- d. Zehatza da.

22. Web estrategiaren ikuspuntutik, web baten SEO garrantzitsua da

- a. Pertsonak nahi den edukira iristerik izan dezaten bilatzailearen bitartez.
- b. Publiko organikoaren bisitak erakartzeko, marketin ahaleginik egin beharrik gabe.
- c. Bilatzaileen lehen orrialdeetan kokatzeko.
- d. Eduki estrategikoek ikusgarritasun handiagoa izan dezaten.

23. SEO kokapen estrategia bat lantzerakoan,

- a. Bila ari diren pertsonak erabiltzen duten hizkuntza ulertu behar dugu.
- b. Terminoak erabiltzean arauzko zehaztasuna hartu behar dugu kontuan.
- c. Argazkiak eta irudiak sartu behar ditugu, orria erakargarriagoa izan dadin.
- d. Gehien interesatzen zaizkigun orrialdeetarako estekak errepikatzen saiatu behar dugu.

24. Web bat bilatzaileetan kokatzerakoan, web-orriek zigorra jasoko dute

- a. Edukia errepikatzen badute.
- b. Esteketan erroreak badituzte.
- c. Irakurtzen zailak badira.
- d. Aurreko guztiak.

25. Web-orria indexatzea errazteko oinarritzko elementua:

- a. Izenburu eta azpititulu deskribatzaileak erabiltzea.
- b. Hitz gakoak askotan errepikatzea.
- c. Esaldi laburrak erabiltzea.
- d. Irudiak txikitzea, edukia azkar kargatzeko.

26. Gure web-orriaren SEO funtzionamendua aztertzeko, honi erreparatuko diogu:

- a. Jasotako bisiten kopurua.
- b. Erabiltzaile berrien kopurua.
- c. Errebote tasa.
- d. Clic Through Rate deritzona.

27. Zer da "long tail" delakoa?

- a. Bisita bakarra egin duten erabiltzaileen kopurua.
- b. Noizean behin bilatutako terminoen multzoa, zeinek batuta bisita kopuru handia osatzen baitute.
- c. Orrialde asko ikusi dituzten erabiltzaileen kopurua.
- d. Bisita gehien erakartzen duten bilaketa-terminoak.

28. Google Analytics-en zein terminok erakartzen dituen bisitak web-orrira jakin nahi badugu,

- a. Google Search Console-rekin integratu behar dugu.
- b. Trafiko organikoaren orrialdeak ikus dezakegu.
- c. Helburu diren orrialdeen arabera iragaziz begira dezakegu.
- d. Ezin dugu jakin.

29. CSS programazio-lengoaiak lortu nahi duena:

- a. Irudiak eta soinuak integratu.
- b. Karga-denborak optimizatu.
- c. Web-orria estiloz hornitu, edukiaz harago.
- d. Javascript-en erabilera gutxitu.

30. XML-k ahalbidetzen du

- a. Eduki egituratua sortzea.
- b. Web-orriak azkar kargatzea.
- c. Datuak eta irudiak era irekian bateragarri egitea.
- d. Web-orriaren hizkuntzan aldakuntzak erraz sortzea.

31. HTML 5-en eta aurreko bertsioen arteko aldea:

- a. Azkarrago kargatzen da.
- b. Lengoaia moldagarria da berez.
- c. Multimedia edukia integratzea ahalbidetzen du pluginik erabili beharrik gabe.
- d. CSS-rekiko integrazioa ahalbidetzen du.

32. Edukia Creative Commons-en lizentzien bitartez bideratzeak esan nahi du

- a. Orrialde ugartan jarri ahal izatea.
- b. Lana partez edo osorik aldatu ahal izatea.
- c. Edukiaren lizentzia bikoiztea.
- d. Ezin dugu edukia saldu jatorrizko egilearen baimenik gabe, tartean dirurik ez izan arren.

33. Zer da atribuzioa Creative Commons-en?

- a. Edukiaren jatorrizko sortzailea aipatzea.
- b. Edukiaren jatorrizko iturriarekiko esteka jartzea.
- c. Edukiaren emaitza ekonomikoaren zati bat egileari ematea dohaintzan.
- d. Jasotako trafikoaren berri ematea edukiaren egileari.

34. Kontu-ematearen oinarritzko osagaietako bat da:

- a. Adierazleak aurkeztea.
- b. Gobernu-programara egokitzea.
- c. Ekintzaren ebidentziak aurkeztea.
- d. Sare sozialetan ikusgarritasuna bilatzea.

35. Zer inplikatzan du gobernantzak?

- a. Eragile ezberdinen ikuspuntuak kanalizatzea, ekintza komuneko guneak sortzeko.
- b. Agenda ezartzeko ekintza sektore pribatuko eragileen esku uztea.
- c. Ekintza publikoaren legitimazioa bilatzea, eragile pribatuekin lankidetzan arituz.
- d. Gobernu-ekintzaren agenda zehaztean gizartearen eskaera nagusietan oinarritzea.

36. Software libre

- a. Doakoa da beti, baina ez aldagarria nahitaez.
- b. Ez da beti doakoa, baina bai berrerabilgarria eta aldagarria.
- c. Aldagarria eta doakoa da beti.
- d. Ez da ez doakoa ez partekagarria.

37. Lan edo software bat GPL (General Public Licence) lizentziaz sortzen bada, ez dago baimenduta

- a. Horregatik kobratzea.
- b. Erabilera-eskubideak mugatzea.
- c. Aldatzeko eskubideak mugatzea.
- d. Horiek sortzeko erabili den lan orokorrak zituenak baino baldintza murriztaileagoak sortzea.

38. Datuak Babesteko Erregelamendu Orokorraren (RGPD) arabera, erabiltzailearen baimena behar da

- a. Haren nabigazioaren edonolako jarraipena egiteko.
- b. Jarraipen intrusiboa egiteko, cookie-ak baliatuz.
- c. Jarraipen pertsonalizatua egiteko, remarketing zerrendak baliatuz.
- d. Ez da beharrezkoa ezertarako baimena.

39. Google Analytics-en, cookie-ak beharrezkoak dira

- a. pertsona batek 2 orrialde baino gehiago ikusi dituen jakiteko.
- b. errebote tasa kontrolatzeko.
- c. erabiltzaileak banan-banan identifikatzeko.
- d. Ez dira beharrezko.

40. Google Analytics-en, iragazkiek

- a. Atzeraeraginak dituzte.
- b. Ez dute atzeraeraginik.
- c. Atzeraeraginak dituzte lehendik erabilitako segmentu bat badago.
- d. Atzeraeraginak dituzte metriketan oinarritutako iragazki bati badagozkio.

41. Iragazkiaren eta segmentuaren arteko aldea:

- a. Iragazki batek baldintza betetzen ez duen trafikoko guztia baztertzen du; segmentu batek, ez.
- b. Iragazki batek datuak era zuzenagoan ikustea ahalbidetzen du.
- c. Iragazki batek nabigatzailearen erabilera hizkuntzen arabera neurtzea ahalbidetzen du.
- d. Funtsean gauza bera dira.

42. Web baten bihurketa-tasa neurtzeko, beharrezkoa da

- a. e-merkataritza aktibatuta edukitzea.
- b. Berariazko iragazkia edukitzea.
- c. Remarketing eta pertsonalizazio aukerak aktibatzea.
- d. Google Analytics-en helburuak aktibatzea.

43. Publizitate instituzionalaren eta komunikazio instituzionalaren arteko alde nagusia:

- a. Lehenak konbentzitzeko duen balioa.
- b. Ez dago alderik, funtsean gauza bera dira.
- c. Arduradun politikoek egiten dute.
- d. Ez da gardentasun planetan islatzen.

44. Komunikazio instituzionalaren berariazko xedea:

- a. Haren helburu eta jardurekin bat datorren irudia ezagutarazi eta proiektatzea.
- b. Kudeaketaren emaitzak ikusaraztea.
- c. Jendea erabaki publikoetan inplikatzeko.
- d. Ekintza publikoa legitimatzea.

45. SEOri dagokionez, web-orriaren xml mapa

- a. Garrantzizgabea da.
- b. Ezinbestekoa da.
- c. Gomendagarria da.
- d. Ez da gomendatzen.

46. SEO estrategia bat planifikatzerakoan, baliagarria da

- a. Izenburu erakargarriak mantentzea, edukiaz harago.
- b. Edukiaren antzeko izenburuak erabiltzea, baina bisita berriak erakarriko dituztenak.
- c. Artikuluaren izenburuaren eta benetako edukiaren artean koherentea izatea.
- d. Testuan hitz gakoa errepikatzea, artikuluaren edukia argi uzteko.

47. Eskurapen bitarteko propioek ahalbidetzen dute

- a. Jende gehiagorengana iristea.
- b. Mezuaren edukia eta testuingurua kontrolatzea.
- c. Trafikoaren hazkunde esponenziala sortzea.
- d. Komunikazio baten irismena mugatzea.

48. Eskurapen bitarteko irabaziek ahalbidetzen dute

- a. Ezagutzen ez gaituen publikoan hazkunde handiagoa sortzea.
- b. Ezagutzen gaituen publikoarentzako mezua azpimarratzea.
- c. Bilatzaileetan lekuak irabaztea.
- d. Publizitatean dirua aurrezte.

49. Edukia biral bihurtzea da

- a. Bideo bat bideo kanal askotan ikustea.
- b. Zenbat aldiz partekatzen den eta harekin zenbatetan elkarrengandik den gure baliabide propioen proportzioan.
- c. Sare sozialetan "gustuko dut" asko lortzea.
- d. Hori argitaratzearen ondorioz eduki digital baterako lortzen dugun harpidedunen kopurua.

50. Newsletter edo buletinek, sare sozialek ez bezala, ahalbidetzen dute

- a. Publiko jantziagoarengana iristea.
- b. Gizarte solas handiago sortzea.
- c. Aldez aurretik gaian interesa adierazi duen publikoarekin kontaktuan jartzea.
- d. Komunikazioan egiten den inbertsioaren kostua minimizatzea.

51. Newsletter batek irekiera indize txikia badu, horrek adierazten digu

- a. Jende askok baja eman duela.
- b. Edukia ez dela interesgarria.
- c. Buletinak denbora luzea behar duela kargatzeko.
- d. Izenburua ez dela interesgarria publikoarentzat.

52. Krisialdien kudeaketaren oinarrizko alderdietako bat da

- a. Dena berehala ukatzea.
- b. Informazio kopurua zatitan banatzea, erreakzio bortitzak eragozteko.
- c. Arazoaren larritasuna aitortzea, eta azalpen zehatzak ematea.
- d. Hedabideetako agerpenak murriztea, eta azalpen eskaera betetzera mugatzea.

53. Zer da "brand awareness" delakoa?

- a. Jendearentzat gure izena ezaguna denean.
- b. Jendeak eskaintzen dioguna dagoeneko erosi duenean.
- c. Jendeak markari buruzko iragarkiak etengabe entzuten dituenean.
- d. Jendeak bai marka bai eskaintzen duena ezagutzen dituenean.

54. Gasteizko Udalaren web-orriaren nabigazioa honetan oinarritzen da:

- a. Barneko bilatzailea.
- b. Orrialde nagusia.
- c. Web mapa.
- d. Menu orokor horizontala.

55. Gasteizko Udalaren webguneko herritarren postontziak

- Aukera ematen du sortutako edukia publikotzat edo pribatutzat katalogatzeko.
- Publiko bihurtzen du bertan dagoen eduki osoa.
- Pribatu bihurtzen du bertan dagoen eduki osoa.
- Ziurtagiri digitala eskatzen du sartzeko.

56. Kanal anitzeko estrategia bat taxutzean, eten digitalak eskatzen du

- Eduki eta formatu berbera argitaratzea kanal bakoitzean.
- Idazmahaiko web-orrian zentratzea, eta beste kanal batzuk lagungarri gisa erabiltzea zabalkunderako.
- Eduki gutzia gehituz ez dugun kanalak ez erabiltzen saiatzea.
- Kanal bakoitza dituen ezaugarrien eta erabiltzen duen publikoaren ezaugarrien arabera ustiatzea.

57. Eten digitalaren inplikazio kognitiboak direla eta,

- Administrazioan erregistratutako ordezkarien figura sustatzen dugu.
- Publikoaren behar eta ezaugarrietara egokitzen dugu hizkuntza.
- Diseinu elementuak kendu eta testuaren lanketan zentratu behar dugu.
- Testua ahalik eta gehien murriztu behar dugu, eta irudi eta ikonoez lagundu batez ere.

58. Elementu hauetatik, zein da hizkuntza argiaren faktore gakoa?

- Testua ahalik eta gehien laburtzea.
- Aurkezpen pedagogikoa egitea.
- Publiko mota ororentzako irtenbide unibertsala.
- Hizkuntza argiaren ahozko eta idatzizko alderdiak barne hartzea.

59. Zein maketazio baliabide erabil dezakegu hizkuntza argiari laguntzeko?

- Testu bakoitzeko bi letra mota erabiltzea.
- Baieztapenak lauki estatistikoz laguntzea.
- Letra-tipoaren eta hondoaren arteko kolore harmonia.
- Lerro luzeak sortzea, *scroll* egin behar ez izateko.

60. Irakurketa argian eragotzi beharrekoa

- Esaldi laburrak erabiltzea.
- Subjektu, aditz eta predikatu egitura mantentzea.
- Esaldi pasiboak erabiltzea.
- Arkaismo juridikoak eragozte.

61. Ingurune *responsive* edo moldagarria da

- Bi orrialde mota sortzen dituen, bata pantaila mugikor eta ukipen-pantailetarako, eta bestea idazmahairako.
- Web-orriaren estiloak aldatzen dituen, elementuak pantaila mugikorretara eta ukipen-pantailalara egokitu ahal izateko.
- Aplikazio bat sortzen duena edukia kapsulatzen.
- Pantailaren tamaina mugikorraren bereizmenara txikitzen duena.

62. Mugikorren ingurunerako testuak sortzerakoan kontuan hartu beharreko alderdi bat:

- Pantaila txikia da.
- Testuaren zati bat arreta osoa jarri gabe kontsumitzen da.
- Irudiek denbora behar dute kargatzeko.
- Formularioak ez dira ondo kargatzen.

63. Ziur aski mugikorrean erabiliko den formulario bat sortzerakoan

- Eremu kopurua txikia izan dadin saiatuko gara.
- Eremuak betetzeko eremu zabalgarri asko sartuko ditugu.
- Nahitaezko eremuak nabarmenduko ditugu.
- Formularioaren laguntzak hatza gainetik pasatzean zabaltzen diren botoiez sartuko ditugu.

64. Formularioak diseinatzeko jardunbide ezegokia:

- a. Eremu guztiak nahitaezkoak direla adieraztea.
- b. Irrati-botoiak izatea.
- c. Datak aukeratzeko egutegia erabiltzea.
- d. Izenak eta abizenak bereiz izatea.

65. Formularioetarako jardunbide egokia da:

- a. Formularioaren laburpena ez erakustea.
- b. Bidaltzeko botoia ikusgarri izatea.
- c. Berez betetzen diren eremuak izatea.
- d. Formatu egituratua duten informazio-eremuak betetzeko adibideak ematea, datetan, esaterako.

66. Ohiko galderek bereziki leku hauetan egon behar dute ikusgarri:

- a. Web-orrialdearen oina.
- b. Orrialde nagusia.
- c. Erabiltzaileek elkarreragin behar duten edo erabakiak hartu behar dituzten orrialdeetan.
- d. Erakundeaz ari den orrialdea.

67. Ohiko galderen orrialdea eraginkorragoa da baldin eta

- a. Edukia artikulatuta eta indexatuta badago, aipatutako gaietatik nabigatu ahal izateko.
- b. Irudiak baditu.
- c. Kanporako esteken aukera handia badu, zeinek informazioa egiaztatzeko balio baitute.
- d. PDF inprimagarri formatuan agertzen bada, eskura eduki ahal izateko.

68. Bideo bati laguntzen dion edukiak hau barne hartu behar du, gutxienez:

- a. Bideoaren edukiaren azalpen xehea.
- b. Izenburua eta edukiaren deskribapena, webean kokatu ahal izateko.
- c. Bideoaren gidoia duen dokumentu bat.
- d. Sorkuntza kredituak.

69. Webean beste batzuen irudiak sartzerakoan, nahitaez hartu behar dugu kontuan:

- a. Jabetza intelektualeko eskubide mota.
- b. Irudiaren trinkotze formatua.
- c. Bereizmena, web-orriaren estiloetara egokitu daitezen.
- d. Argitaratze data.

70. Bideotutorial batek eduki beharrekoa

- a. Testua azpтитuluetan ematea, edo edukia idatziz.
- b. Zeinu-hizkuntzako interpretea.
- c. Kokatuta dagoen streaming zerbitzuarekiko esteka.
- d. Soinu efektuak.

71. Bideotutorialen abantaila bat testuzko tutorialen aldean:

- a. Edukia irisgarriagoa da.
- b. Modernotasun kutsu handiagoa ematen du.
- c. Merkeagoa da horiek egitea.
- d. Kontsultatzen dituen pertsonak denbora aurrezten du.

- 72. Eduki bat edukien kudeatzaile baten bitartez sortzen dugunean, hau izan behar dugu aintzat:**
- Edukia askea da txantiloitik, baina txantiloia atributuak baldintzatu egiten dute nola erakusten den, eta hori kontuan hartu behar da edukia sortu eta aldatzen denean.
 - Edukia eta txantiloia guztiz bereiz daude, eta ez dugu txantiloia ezaugarriak zertan aintzat hartu edukia sortzerakoan.
 - Edukia guztiz lotuta dago txantiloiarekin; horrenbestez, edukia diseinatzerakoan beti elkarrekin joango direla hartu beharko dugu kontuan.
 - Edukiak txantiloia alda dezake, txantiloia ez baitu garrantzirik.
- 73. Eduki bat edukien kudeatzaile baten bitartez sortzen dugunean, hau izan behar dugu aintzat:**
- Txantiloia estila beti mantentzen da.
 - Txantiloia estila gomendioa besterik ez da, kasu kasu ezartzekoa.
 - Beste baldintza batzuk zehaztu ezean aplikatzen da txantiloia estila.
 - Txantiloia estila ez zaie estiloari aplikatzen txantiloia zehazten ez bada.
- 74. Gaztelaniaz, maskulino generikoa ezabatzeko barra erabiltzeak ("alumnos/as" erabiltzea "alumnos y alumnas" erabili ordez)**
- emakumeak ikusarazten ditu.
 - inklusioa sustatzen du lan-esparruan.
 - zaildu egiten du ozen irakurtzea.
 - ez du garrantzirik.
- 75. Gaztelaniaz, plural femeninoak erabiltzeak ("descendencia" erabiltzea "hijos e hijas" erabili ordez) arazoak sortzen ditu**
- testu eta formulario jakin batzuk ulertzeko.
 - ozen irakurtzeko.
 - genero maskulinoa ikusarazteko.
 - azkar irakurri eta idazteko.
- 76. Hizkuntza inklusiboa erabiltzeko irizpide nagusia izan behar du:**
- Joera ohikoenetara egokitzea.
 - Talde jakin batzuekin gatazkak eragozteak.
 - Pertsona guztiak ikusaraztea, haien sexua edozein delarik, formulaz harago.
 - Irisgarritasun kognitiboa ahalbidetzea.
- 77. IKTen erabileran gertatzen den genero-bazterkerietako bat:**
- Gizonek zailtasunari hobeto egiten diotela aurre pentsatzeko joera.
 - Euskadin, emakumeek askoz aukera gutxiago dute teknologia baliatzeko.
 - Emakumeek ikasketa-maila txikiagoa dute, eta horregatik gutxiago erabiltzen dute teknologia.
 - Interneteko eduki gehienak gizonentzat dira.
- 78. Teknologien erabileran genero etena handiagoa bihurtzen da**
- erosketak on line egitean.
 - mezularitza eta komunikazioari dagokienez.
 - tresna profesionalak erabiltzean.
 - konplexutasun teknologiko handiagoa duten zereginak direnean.
- 79. Web diseinua inklusiboagoa egiteko osagai garrantzitsua:**
- Azalpenezko irudiak sustatzea.
 - Laguntzeko txatak jartzea.
 - Erantsi beharreko agirien kopurua murriztea, eta ziurtagiri digitalen eskaerak kentzea.
 - Egin beharreko ahalegin tekniko murriztea, hori oztopo izan ez dadin.

80. Hizkuntza inklusiborik ez erabiltzearen eraginetako bat edukiak eskuratzekoan:

- a. Bilatzaileek bilaketatarako termino femeninoak indexatzeko dituzten zailtasunak.
- b. Bilatzaileek hizkuntza inklusiboa zigortzen dutenez, orrialdeek kokapen txarragoa izango dute.
- c. Karga-denbora zigortzea gerta daiteke, karaktere bereziak erabiltzeagatik.
- d. Bi sexuak ordezkatzeko irudi gehiago behar denez, web-orriek denbora gehiago behar dute kargatzeko, eta mugikorrean okerrago funtzionatzen dute.

81. Vitoria-Gasteizko Udalaren marka erabiliko da:

- a. Proiektu estrategikoetarako.
- b. Proiektu eta eduki orotan.
- c. Edukiaren editoreak nahi bezala.
- d. Administrazio-agirietarako bakarrik.

82. Vitoria-Gasteizko Udala ekitaldi baten babeslea denean, hau erabiliko da:

- a. Udalaren marka-irudia.
- b. Hiriaren marka-irudia.
- c. Bi irudiak.
- d. Ez bata ez bestea.

83. Edukien kudeatzaileen oraingo baldintzak direla eta, zer egin behar du edukiaren azken editoreak irisgarritasunari dagokionez?

- a. Kontuan ez hartu, sistemak nahikoa aurreratuta baitaude erroreak eragozteko.
- b. Kanpoko tresna batez egiaztatu.
- c. Edukien sortzaileei jarraibide orokorrez ohartarazi, eta bete ditzaten itxaron.
- d. Argitaratu aurretik eskuz zuzendu.

84. Aplikazio mugikorretarako irisgarritasunari dagokionez, kontuan hartzekoa da informazio kritikoak leku honetan egon behar duela:

- a. Bat-batean agertzen diren leihoetan (pop up).
- b. Orrialde nagusian.
- c. Orrialde edo mihise osagarri ezberdina irekiz.
- d. Soinuz lagunduta egon behar du.

85. PDF dokumentu irisgarria sortzerakoan, gogoan izan behar da

- a. Dokumentua etiketatzea, informazioa egituratzeko.
- b. Letra handia izatea.
- c. Elementu eskaneatuak izan ditzan, benetakotasuna ikusarazteko.
- d. Kolorerik ez erabiltzen saiatzea.

86. Gobernu irekirako konpromisoetako bat Euskadin:

- a. Komunikazio instituzionaleko jardunaldiak egitea.
- b. Sare sozialetan presentzia handitzea.
- c. Gardentasun-atariak ezagutaraztea.
- d. Agintaldiari buruz kontu emateko ereduak ezartzea.

87. Botere publikoei egiten zaizkien eskaeren hazkundeak eta dinamismoak zer dakarte gobernu irekiari begira?

- a. Entzute aktiboa sustatzea.
- b. Partaidetza berrikuntzarako mekanismoak sortzea.
- c. Erabaki publikoa agintzeko galdeketa egitea.
- d. Aniztasunaren gaineko aurretiazko azterketak eskatzea.

88. Zertan oinarritzen da Transparencia Internacional erakundearen udalen Gardentasun Indizea (ITA)?

- Gardentasun-atarien benetako erabileran.
- Herritarren asebetetzeari buruzko inkestetan.
- Webean eskuragarri dauden adierazleen azterketan.
- Erakunde-konfiantzaren azterketa konparatuan.

89. Informazio aktiboari dagokionez, Gardentasunerako eta Gobernu Onerako Kontseiluaren gardentasunaren ebaluazio mekanismoak (MESTA)

- adierazleak hartzen ditu kontuan bakarrik.
- informazioaren kalitatearekin eta web-diseinuarekin lotutako elementuak eransten ditu.
- informazioaren kalitatea aztertzen du bakarrik.
- kalitatea eta adierazleak barne hartzen ditu, baina ez web-diseinua.

90. Partaidetza bidezko berrikuntzarako mekanismo bat sortzeko

- Gizarte zibila gonbidatu behar da bakarrik.
- Banakako partaidetza hartu behar da kontuan bakarrik.
- Erakundeen eta herritarren arteko elkarrikeria eta lankidetzarako espazioak eta kanalak ezarri behar dira.
- Ideiak iradokitzeko mekanismoak eta administrazioek horiek beren agendan sartzeko mekanismoak ezarri behar dira.

91. Herritarren partaidetzari dagokionez, berrikuntza irekiak

- Erabaki publikoak sor ditzakeen gatazkak gutxitzen ditu, aldez aurretiko testatze mekanismo bat baliatuz.
- Parte hartzen duten antolakundearen arteko zabalkundea errazten du, eta inplikazio handiagoa bermatzen.
- De facto* legitimatzen ditu partaidetza prozesuaren barruan hartzen diren erabakiak.
- Interes orokorra elkarren artean definitzen laguntzen du.

92. Zer da dataset edo datu-multzo baten deskribapen semantikoa?

- Datuak osatzen dituzten eremuen zerrenda.
- Datu-multzoaren eta hori osatzen duten eremuen azalpena.
- Artxibo motaren azalpena.
- Datuen azken eguneratzearen data.

93. Zer da datuen granularitatea?

- Datuek barne hartzen dituzten datu kopurua.
- Artxibatze frekuentzia.
- Azpiegitura baten biltegitratze ahalmena.
- Datuak aurkezten diren xehetasun maila.

94. Hauetatik, zein da datu irekien inguruko partaidetza eta lankidetzarako barruko ekintza antolakunde publiko batean?

- Azalpen-liburuxkak.
- Udalbatzaren erabakiak, ataria abian jartzeko.
- Balioespen bilerak udal arloekin.
- Intraneten zabaldutako newsletter edo buletinak.

95. Datuak zabaltzeko kanalak honela sailka daitezke:

- Egituratuak eta egituratu gabeak.
- Dinamikoak eta estatikoak.
- Lauak eta dimentsionalak.
- Pertsonalak edo masiboak.

96. Zer dira metadatuak?

- Dataset baten goiburuen datuak.

- b. Domeinuaren URIaren barruko kokapen datuak.
- c. Dataset bat osatzen duten datuak definitu eta deskribatzen dituzten datuak.
- d. Dataset batek dituen datu guztiak.

97. Fitxategi eredu hauetako bat ez dator bat datu irekiekin. Zein?

- a. PDF
- b. CSV
- c. XLSX
- d. RDF

98. Zer da inbertsioaren itzultze soziala?

- a. Sare sozialek web-orrira erakartzen duten trafikoko kopurua.
- b. Bideo bat zenbat bider birtxiokatzan den.
- c. Argitaratutako edukien kopurua.
- d. Antolakundeari balioa eransten dioten ekintza sozialen batuketara.

99. Zaborra bereizteari buruzko azalpenak ematen dituen bideo baten inbertsioaren itzultze sozialaren adibidea:

- a. Bideoaren esteka zenbat bider argitaratzen den Udalaren profiletan.
- b. Web-orrira zenbat bider sartzen den bideoa ikusteko.
- c. Bideoaren zenbat minutu ikusi diren.
- d. Erreproduzio kopurua, Udalaren hedabideek bideoa guztira argitaratuta duten aldien proportzioan.

100. Eduki baten biralitateak neurtu nahi duena:

- a. Beste pertsona batzuek partekatu duten eduki bat erreproduzitzen duten pertsonen kopurua.
- b. Eduki bat zenbat bider argitaratzen den.
- c. Eduki bat zenbat bider kontsumitzen den.
- d. Eduki bat gustuko duten pertsonen kopurua.

101. Administrazio publikoen jardunbide egokia sare sozialen erabileran:

- a. Ikusgarritasun azkarra bilatzea.
- b. Edukiak argitaratzeagatik ordaintzea.
- c. Sare guztietan avatar bera erabiltzea.
- d. Hizkuntza juridikoki zehatza bilatzea.

102. Sare sozialetako profilak kudeatzeko hodeiko tresnak erabiltzearen abantailetakoa bat da:

- a. Doakoak izan ohi dira.
- b. Ez dakarte azpiegituran gasturik egin beharrik.
- c. Lankidetzan ahalbidetzen dute.
- d. Software librekoak dira.

103. Ekitaldi garrantzitsu bat antolatzen denean, biltzar bat, esaterako, komenigarria da berriazko profil bat irekitzea sare sozialetan?

- a. Bai, edukia gainerako udal jardueretatik bereiztea ahalbidetzen duelako.
- b. Bai, Udalaren timeline edo denbora-lerroa jendeari interesatzen ez zaion informazioaz betetzea eragozten duelako.
- c. Bai, kanpaina horren inpaktua bereiz dezakegulako ekintza horren osotasunean.
- d. Ez, ez dutelako ez giza baliabiderik ez sarean presentziarik izaten inpaktu azkarra eta denboran jarraitutasuna eduki ahal izateko.

104. Datu pertsonalak eskatzerakoan, hau lehenetsiko da Udalaren barruan:

- a. Kasuan kasu identifikatzeko eta eskabide bati erantzuteko ezinbestekoak diren gutxieneko datuak eskatzea.
- b. Aurretik dauden formularioak eta datuak berrerabiltzea.
- c. Aldez aurretik datu guztiak metatzea, horiek osatzeko sor daitezkeen beharrei aurre egiteko.
- d. Barne-komunikazioak aurreztea, erabiltzaileei informazioa beren kabuz aurreratu dezaten eskatuta.

- 105. Zein kasutan laga dakizkioke hirugarren baten datuak beste antolakunde bati?**
- Publikoa denean eta eskatu egiten digunean.
 - Pribatua denean eta zerbitzu baliagarria eskaintzen digunean.
 - Badakigunean antolakunde horrek Datuak Babesteko Erregelamendu Orokorra beteko duela.
 - Beharrezkoa denean datu-lagatzailearen (herritarraren) eta datu-hartzailearen eginkizun legitimoekin zuzeneko lotura duten xedeak betetzeko.
- 106. Web-orri baten irisgarritasunaren oinarrizko elementua:**
- Irudi guztietarako testu alternatiboa jartzea.
 - Letra handiak jartzea.
 - Ikonoak erabiltzea.
 - Kolore deigarriak dituzten botoiak jartzea.
- 107. Irisgarritasunaren eskuzko ebaluazioen aldean, automatikoek**
- erroreen gaineko xehetasun eta fidagarritasun handiagoa ahalbidetzen dute.
 - azterketa zabalagoa eta sakonagoa ahalbidetzen dute, webgune osora iristen baitira.
 - erabiltzaileen informazioa dute.
 - orrialde kopuru mugatu batean egiten dira bakarrik.
- 108. Udalaren sare sozialak kudeatzean, entzute aktiboa honetara bideratu behar da:**
- Audientziaren joerak eta interesak antzematera.
 - Trakzio handiko edukia sortzera.
 - Sareetan arazoak sortzen dituzten banakoei buruzko barne jarraipen-txostenak egitera.
 - Udalaren emaitza onak ikusaraztera.
- 109. Sare sozialen kudeaketaren barruko zeregin hau udaleko zerbitziburuei dagokie:**
- Zerbitziburuek ez dute zereginik alor horretan.
 - Etengabe ikuskatzea community managerren lana.
 - Sareko argitalpen-plana eta entzuketa irizpideak balioztatu eta osatzea.
 - Zein edukik sortzen duen biralitate handiena antzematea eta komunikazio arloari jakinaraztea, Udalaren sare sozialetako autoritate indizea handitzeko.
- 110. Udalak sare sozialetan jartzen duen mezu batek ezaugarri hauek izan behar ditu:**
- Zerbitzu publikoa, informazio proaktibo eta eraginkorra, eta xede zenbakarria.
 - Ikusgarritasuna, garrantzia eta objektibotasuna.
 - Biralitatea, hazkunde iraunkorra eta sareetan autoritatea baieztatzea.
 - Dinamikotasuna, motibazioa eta proaktibotasuna.
- 111. Ahozko komunikazioan erabili beharreko jarrera:**
- Udalaz hitz egiterakoan hirugarren pertsona erabiltzea, autoritatea sendotzeko.
 - Hizkera tekniko eta zehatzari eustea, gaizki ulertuak eragin ditzakeen anbiguotasuna eragozteko.
 - Herritarrekin tratu enpatikoa izatea, haien azalpenak ulertu eta jarraitzen ditugula adierazten duten esaldiak erabiliz.
 - Indikatiboko orainaldia erabiltzea, argi utziz ematen dugun informazioa beti objektiboa eta % 100ean fidagarria eta erabatekoa dela.
- 112. Udalaren jardunaren kritikaren bat jasoz gero, zer egin behar dugu?**
- Antolakundearen oraingo funtzionamendua justifikatu.
 - Baieztapen okerrak geldiarazi, agertu bezain laster.
 - Goiko postuetan daudenei berehala jakinarazi errespetua galdu digutela.
 - Arazoa birformulatu, guztiz zuzen ulertu dela egiaztatzeko.

113. Zerbitzuen karten xedea:

- a. Zerbitzuan sartzen diren pertsonen erabateko asebetetzea bermatzea.
- b. Orain arte planteatu ez diren zerbitzuen eskaerak baztertzea.
- c. Zerbitzuaren ezaugarriak, eskuratzeko baldintzak eta erabiltzaileen eskubide eta betebeharrak zehaztea.
- d. Zerbitzuak sortzeko barneko prozedurak bermatzea.

114. Euskalit-en arabera, hauetako zein elementu behar da kudeaketa aurreratuko antolakunde bat izateko?

- a. Teknologian ahalik eta gehien inbertitzea.
- b. Antolakundeko pertsoneri jaramonik ez egitea, ohiko bideetatik erreklamazioak egin ezean.
- c. Berritzeko estrategiak definitzea, arriskuak hartuz.
- d. Proiektu arrakastatsuenetan ahalik eta ikusgarritasun handiena bilatzea, inpaktua sortzeko eta gizarte lidergoa sendotzeko.

115. Euskarri digitalean emandako informazioaren ezberdintasun funtsezkoenetako bat paperean emandakoaren aldean:

- a. Edukiaren iragankortasuna eta etengabe eguneratzeko gaitasuna.
- b. Sortzeko kostuen aurrezpena, materialak berrerabiliz.
- c. Kontsumitzen dituen publikoaren fideltasuna.
- d. Publizitatearen beharra, jasagarria izan dadin.

116. Hedabide tradizionalen irakurlearen eta hedabide digitalen erabiltzailearen arteko aldea:

- a. Erabiltzailearen kontsumoa noizean behingoa eta malgua da, beraz, uneoro tentsioan eduki behar da.
- b. Erabiltzaileak ez du ordaintzen, eta egunkariaren irakurleak, bai.
- c. Erabiltzaileak egunkariaren ohiko irakurleak baino arreta txikiagoa jartzen du irakurtzean.
- d. Ez dago inolako alderik, informazioaren euskarria alde batera utzita.

117. Web-orrien irakurketan *skim* (irakurketa sakona) eta *scan* (irakurketa azkarra, oinarrizko informazioa ateratzeko) moduak bereizi ohi dira. Zein tresna da bereziki erabilgarria azken modurako?

- a. Paragrafo laburrak.
- b. Marrazki eta irudien erabilera.
- c. Buletak dituzten zerrenden bidezko aurkezpena.
- d. Artikuluaren hitz gakoa letra beltzez jartzea agertzen den guztietan, paragrafo garrantzitsuak bereizteko.

118. Irakurketa errazteko, positiboa da honela idaztea:

- a. Testua goiburuak baliatuz egituratzea, eta oso atal luzeak eragozte.
- b. Esaldi luzeak erabiltzea arazoibide landuak azaltzeko.
- c. Paragrafo luzeak erabiltzea, testuaren zein zatik duen interes handiagoa identifikatu ahal izateko.
- d. Zerbait garrantzitsua dela uste dugunean letra larriak erabiltzea.

119. Testu digitaletan irudiak erabiltzea(k)

- a. edukiari benetako ekarpena egitearen mende egon behar du.
- b. positiboa da beti, eta sustatu egin behar da.
- c. artikulua ulermena hobetzen du edozein kasutan.
- d. irakurketa arintzen du.

120. Udaletik kanpoko pertsonen udal blogetan iruzkinak egiten dituztenean,

- a. nahitaezkoa izango da bi hizkuntzetan idaztea.
- b. Udaleko Euskara Zerbitzuak itzuliko ditu.
- c. itzulpen automatikoko tresna bat baliatuz itzultzen dira.
- d. interes orokorreko gai edo eztabaida sortzen dutenean baino ez dira itzuliko.