



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## MÓDULO 1

# MEJORANDO LA CONCIENCIA Y EL CONOCIMIENTO DIGITAL

Noviembre 2016



## CONTENT

<b>1 SUMMARY</b> .....	<b>3</b>
2.1 Tecnología Digital – Ahora y en el Futuro .....	4
2.2 Impacto de la Tecnología Digital y sus Herramientas .....	5
2.3 Competencia Digital e Importancia de sus Componentes para el Crecimiento Empresarial	6
2.4 Estrategia Digital y sus Beneficios para PyMEs .....	8
<b>3 CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN</b> .....	<b>11</b>
<b>4 FUENTES ADICIONALES DE INFORMACIÓN</b> .....	<b>12</b>
<b>VÍDEOS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>5 APÉNDICE DEL MÓDULO</b> .....	<b>13</b>

Estos materiales han sido producidos in el marco del proyecto DIGA (Innovación Digital para el Crecimiento Académico). El proyecto se ha fundado con el apoyo de la Comisión Europea, el programa ERASMUS+. La información contenida en este material refleja solo el punto de vista del autor y la Comisión no puede ser considerado responsable por el uso del que se pueda hacer de la información contenida en este. Toda responsabilidad recae en el autor.



## 1 RESUMEN

En el Módulo 1 será creada la Comunidad de Estudiantes DIGA; el grupo de programas de formación donde los participantes trabajarán a través de la colaboración, este módulo establecerá tanto el contexto interno (negocios) y externo (internacional/nacional) de la innovación digital para proporcionar el punto de vista de las partes interesadas y una apreciación del impacto de una estrategia digital en la visión de una estrategia global de una empresa.

### **Objetivo:**

Este módulo explica por qué los empresarios necesitan adoptar una perspectiva estratégica a largo plazo en el papel y la contribución de las tecnologías digitales para el próximo paso del crecimiento y desarrollo empresarial.

### **Contenido:**

Este Módulo incluye el siguiente contenido:

- Resumen del programa DIGA, planteamiento y requisitos.
- Explicación de la importancia digital y las 7 áreas de la Competencia Digital de la UE.
- Establecimiento del contexto (externo: tendencias y punto de vista de las partes interesadas) en relación a las innovaciones digitales.
- Establecimiento del contexto (interno: visión estratégica/estado de desarrollo de la empresa) en relación a los beneficios de la integración de la estrategia digital.
- Resumen del rango y variedad de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) – incluyendo tendencias e innovaciones relevantes para el empresario y el crecimiento de la Pequeña y Mediana Empresa (PyME).
- Planificación de Desarrollo Personal: Autoevaluación/Análisis de Necesidades. Exploración de la motivación personal al realizar DIGA (impacto en el desarrollo profesional y el entendimiento de las necesidades, y la identificación de las necesidades para la continuidad del desarrollo profesional (después de DIGA).

### **Beneficios para los participantes:**

Al final de este módulo, los aprendices como Entrenadores y Educadores de Empresas serán capaces de:

- Explicar la importancia, y las competencias individuales de las 7 áreas de las Competencias Digitales de la UE;
- Describir su contexto nacional (tendencias dentro del panorama digital);
- Indicar el rango y la variedad de las TIC (tendencias e innovaciones relevantes para el empresario y establecimiento (PyME));
- Explicar el contexto internacional de las empresas (estados de desarrollo) en relación al impacto potencial de una estrategia digital integrada;
- Descripción de cómo la digitalización ha cambiado el comportamiento del consumidor y los hábitos de compras y cómo eso afecta a los requisitos de la actividad empresarial.

### **Palabras claves**

Tecnología digital; Competencia digital; Empresa digital; Estrategia digital; Panorama digital, Innovaciones digitales; Comunidad de aprendices; Estrategia de evaluación; Planificación del desarrollo personal; ETE's (Entrenadores y Educadores de Empresas); PyME (Pequeña y Mediana Empresa).



## 2 MEJORAMIENTO DE LA CONCIENCIA Y CONOCIMIENTO

### 2.1 Tecnología Digital – Ahora y en el Futuro

Estudios muestran que las PyMEs en Europa crecen dos o tres veces más rápido y crean nuevos puestos de trabajo cuando abrazan las tecnologías digitales. El crecimiento en la adopción de tecnologías y beneficios posteriores no están restringidos a los negocios TIC. Las tecnologías pueden ser usadas para los negocios existentes o “tradicionales” para transformar todas las áreas de las actividades del negocio. Las tendencias por las nuevas tecnologías ofrecen un nuevo rango de oportunidades para servicios a las empresas en la economía del conocimiento y mantener el potencial para la creación de nuevo valor empresarial para las compañías de la Unión Europea. Pero este gran potencial está considerablemente poco explotado en Europa, con un 41% de las empresas siendo no-digitales y solo un 2% sacando total provecho de las oportunidades digitales (abrazando las cuatro principales tecnologías digitales – móvil, redes sociales, la nube y la evaluación de datos).<sup>1</sup>

Las agendas nacionales digitales son críticas para impulsar la economía y el crecimiento social. La mayoría de los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) han establecido o están a punto de adoptar estrategias nacionales para abordar prioridades políticas relacionadas con la economía digital. Las estrategias nacionales son transversales por naturaleza y en muchos casos son diseñadas para impulsar la competitividad de los países, el crecimiento económico y el bienestar social. Las distintas estrategias de economía nacional digital de los países miembros de la Unión Europea reflejan los objetivos propuestos en la Agenda Digital para Europa (EC, 2010), la primera de las siete iniciativas emblemáticas establecidas bajo “Europa 2020” una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

#### Actividad 1

Invitar al grupo a tener un debate sobre lo que puede hacerse a nivel nacional y europeo para fomentar el uso de TIC en la vida privada y profesional.

Las estrategias de economía digital nacional normalmente incluyen los siguientes pilares fundamentales: (1) Continuo desarrollo de la infraestructura de las telecomunicaciones (por ejemplo, acceso a banda ancha y a servicios de telecomunicación) y preservar internet abierto; (2) Promover el sector TIC incluyendo su internacionalización; (3) Fortalecer los servicios del gobierno electrónico mejorando el acceso a la información del sector público (ISP) y datos (por ejemplo, datos gubernamentales abiertos); (4) Fortalecer la confianza (identidad digital, privacidad y seguridad); (5) Alentar la adopción de TICs para negocios y PyMEs en particular, centrándose en los sectores claves como (i) sanidad, (ii) transporte, (iii) educación; (6) Avanzar en la inclusión electrónica enfocándose en la edad de la población y en los grupos de desventaja social; (7) Promover las habilidades y competencias relacionadas a TIC, incluyendo las habilidades básicas y específicas TIC; (8) Abordar los retos globales como la gobernanza de Internet, y un clima y desarrollo para la cooperación.<sup>2</sup>

El panorama digital incluye una mezcla de diferentes canales como las redes sociales, los sitios web, el correo electrónico; los dispositivos móviles como los smartphones o tablets; vídeos, widgets, cabinas, y

<sup>1</sup> European Commission, DG Enterprise and Industry: Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship; Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe; Background paper;

<sup>2</sup> OECD (2015). Digital Economy Outlook 2015. OECD Publishing. Paris:  
<https://books.google.si/books?id=T9IqCgAAQBAJ&pg=PA33&lpg=PA33&dq=digital+slovenia+2020&source=bl&ots=ITecF00-NI&sig=i7v7rKy5KgVH38nqPtNdEspS8FQ&hl=sl&sa=X&ved=0ahUKewjPlZrruYPLAhVGfw8KHfssD1c4KBDoAQg5MAQ#v=onepage&q=digital%20slovenia%202020&f=false>



consolas de videojuegos. Los medios digitales han progresado rápidamente debido a la convergencia de la tecnología y la fácil disponibilidad de las tecnologías de consumo. Esto ha pavimentado la forma en la que los medios interactivos captan al público, algo que los medios tradicionales no han ofrecido. El éxito de los sitios de redes sociales como Facebook, Google+, YouTube, Pinterest, LinkedIn, y Twitter indican cómo de bien conectados globalmente están hoy día los usuarios. La experiencia digital ha cambiado el papel de los usuarios de receptores pasivos a participantes activos, circulando información relevante y útil e influyendo en las decisiones de compras.

## 2.2 Impacto de la Tecnología Digital y sus Herramientas

### *Rango y Variedad de las herramientas TIC Relevantes a los PyMEs*

Las principales fuentes (IDC; McKinsey Global Institute MGI; IBM Research GTO; Accenture Technology Vision; IT 2020 At Kearney) están de acuerdo en identificar las siguientes tecnologías como las más importantes tendencias que afectan al mercado de las TIC y al sistema socio-económico en los próximos diez años<sup>3</sup>:

- **Movilidad y aplicaciones móviles:** La increíblemente rápida incursión de los dispositivos móviles y las tecnologías en el mercado y el amplio fenómeno de potenciación de soluciones móviles en el ambiente empresarial;
- **Informática en la nube:** la molesta entrega de modelos de software y servicios TIC, basados en la flexibilidad y a pedido de los modelos de empresa;
- **Gran análisis de datos:** una nueva generación de tecnologías y estructuras, diseñadas para extraer económicamente el valor de un gran número de una amplia variedad de datos, propiciando una gran velocidad de captura, descubrimiento, y/o análisis;
- **Tecnología de las redes sociales:** el uso de las redes sociales dentro y fuera de la empresa, implementando las técnicas de márketing sociales y facilitando la colaboración y el intercambio de conocimientos;
- **Internet de cosas:** Una infraestructura de red global dinámica con capacidades de autoconfiguración basadas en protocolos de comunicación estándar e interoperables donde las "cosas" físicas y virtuales tienen identidades, atributos físicos y personalidades virtuales, utilizan interfaces inteligentes y se integran sin problemas en la red de información.

### Actividad 2

Vídeos:

What is Big Data and how does it work? <https://www.youtube.com/watch?v=TzxmjbL-i4Y>

Internet of things [https://www.youtube.com/watch?v=p\\_R5ZVWMhzM](https://www.youtube.com/watch?v=p_R5ZVWMhzM)

Debate grupal sobre el impacto de las tecnologías digitales (las cinco tendencias mencionadas anteriormente) tuvieron y tendrán en los negocios y en la educación.

Además, se han seleccionado las siguientes tendencias por su impacto en la dinámica del mercado y la demanda de habilidades:

---



- **Experiencia del Consumidor en Tecnología de Información (TI):** se refiere a las inversiones relacionadas con las TI necesarias para administrar y optimizar la experiencia del cliente (o de un ciudadano) con una organización. Este es un nuevo concepto que refleja la convergencia cada vez mayor de tecnologías innovadoras de TI (móviles, sociales, la nube, Big Data, Internet de Cosas) en aplicaciones y servicios centrados en la experiencia del cliente, implementados a través de inversiones hechas por gerentes de negocios que no sean CIOs.
- **Seguridad TI:** dada la creciente dependencia de las organizaciones europeas de los sistemas TIC y la creciente complejidad de los entornos conectados, existe una fuerte demanda y difusión de software y herramientas para garantizar la seguridad de los sistemas en todos los niveles.

#### *Impacto de la Tecnología Digital en el cambio de comportamiento del consumidor y de las empresas*

Las tecnologías digitales tienen potencial para la creación de nuevos negocios y oportunidades, incluyendo innovación, nuevas formas de interacción con los clientes, mayores flujos de ingresos, tiempos más rápidos de comercialización, mejora de la provisión de servicios, reducción de costes y aumento de la productividad. Mientras que las pequeñas empresas están aumentando su huella digital y son más activos en el desarrollo de sitios web, son menos activas en la integración y aprovechamiento del potencial de la creciente despliegue de tecnologías digitales, en particular la participación en el comercio electrónico; vendiendo a los consumidores internacionales vía el comercio electrónico y el mercado móvil, por lo tanto perdiéndose el mercado de expansión y las oportunidades de ventas (Ettlie and Pavlou, 2006; Kohli and Grover, 2008; Rai et al., 2012). Los empresarios y propietarios-administradores necesitan para la transición de sus actividades empresariales un modo "go digital" de comportamiento con las tecnologías digitales convirtiéndose en un componente esencial de los negocios modernos. Es probable que las tendencias como la virtualización, la informática en la nube y las redes sociales se intensifiquen en su presencia en el proceso de "go digital" adoptado en los negocios, la educación, el aprendizaje y los contextos sociales. Para mover al empresario y propietario-administrador a la mentalidad y el modo de comportamiento "go digital", necesitan desarrollar competencias y capacidades asociadas al liderazgo electrónico para permitir el uso productivo de las tecnologías digitales a través y entre las funciones del negocio.

### 2.3 Competencia Digital e Importancia de sus Componentes para el Crecimiento Empresarial

#### Actividad 3

Debate grupal para intentar encontrar una respuesta a la pregunta "¿Qué es la competencia digital?", siguiendo el siguiente video: DIGITAL COMPETENCE: <https://www.youtube.com/watch?v=bTu1mISK6RY>

Después del video se llevará a cabo otro pequeño debate grupal para comparar el punto de vista de los participantes y la información tomada del vídeo.

#### Actividad 4

##### **Evaluar tus propias Habilidades Digitales (DIGCOMP)**

Completar el cuestionario de la hoja de trabajo 1.3 su propia competencia y necesidades digitales. Considerando que pudiera utilizar esta lista de comprobación cuando trabaje con un empresario. ¿Cómo la usaría? ¿Por qué?



La **competencia digital** es el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes (incluidas las capacidades, estrategias, valores y conciencia) que se requieren cuando se utilizan las TIC y los medios digitales para:

- (A) realizar tareas;
- (B) solucionar problemas;
- (C) comunicación;
- (D) gestionar información;
- (E) colaboración;
- (F) crear y compartir contenido; y
- (G) Construir conocimiento de forma eficaz, eficiente, apropiada, crítica, creativa, autónoma, flexible, ética, reflexiva para el trabajo, el ocio, la participación, el aprendizaje, la socialización, el consumo y el empoderamiento (definición UE, 2013)<sup>4</sup>.

La definición puede desglosarse en varios bloques: dominios de aprendizaje; herramientas; áreas de competencia; modos; propósitos.

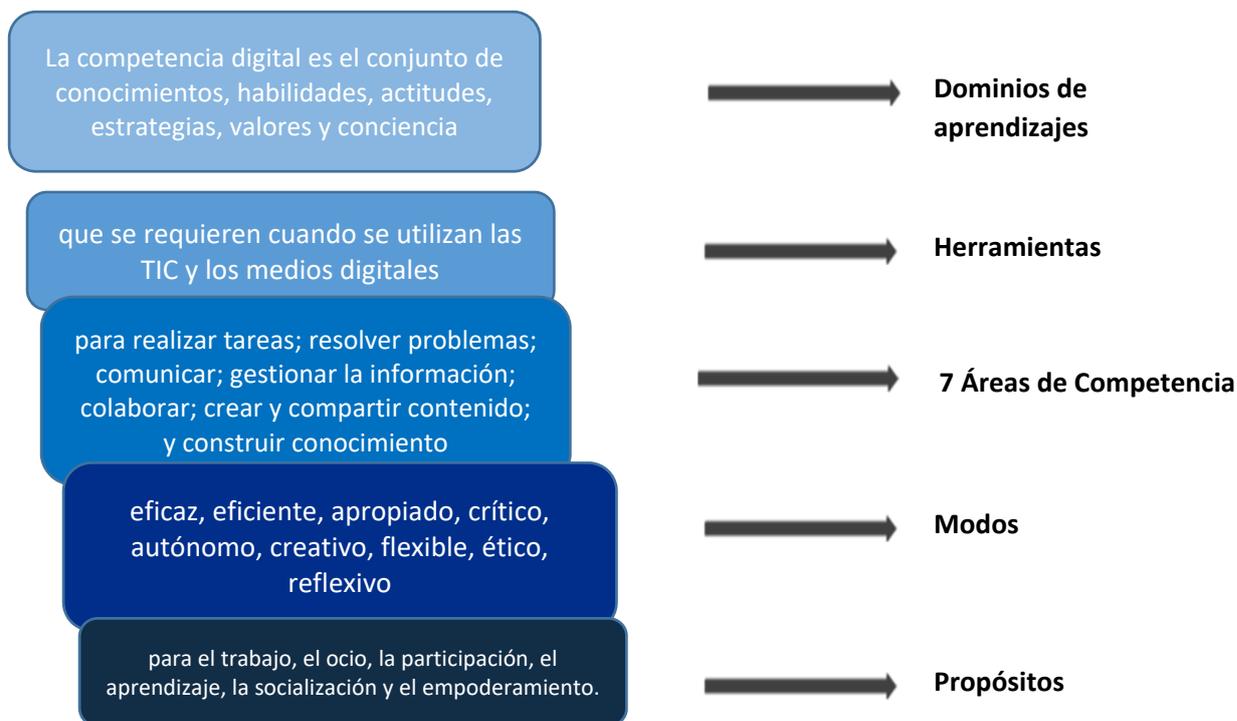


Figura 1: Partes de la definición<sup>5</sup>

Una persona con **competencia digital** tiene conocimiento, habilidades y aptitud para:

1. **Gestionar Información** - está equipado para identificar, localizar, acceder, recuperar, almacenar y organizar la información de todas las funciones de negocios para facilitar una toma de decisiones más informada para el inicio y el crecimiento de la empresa.

<sup>4</sup> Anusca Ferrari (2012). Digital Competence in Practice. An Analysis of Frameworks. Report EUR 25351 EN

<sup>5</sup> Digital Competence in Practice. An Analysis of Frameworks. ; <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC68116.pdf>



2. **Colaborar** - comprender el alcance y el papel de las diversas herramientas y tecnologías digitales disponibles para vincularse con otros, participar en redes y comunidades en línea e interactuar de manera constructiva con las partes interesadas externas.
3. **Comunicar y Intercambiar** - desarrollar y diseñar planes de acción para comunicar, comercializar y llevar a cabo actividades de marketing a través de herramientas en línea, teniendo en cuenta la privacidad, la seguridad y las normas de educación en Internet.
4. **Crear contenido y conocimiento** - comprender la necesidad y la forma de integrar y volver a elaborar conocimiento y contenido previos, construir nuevos conocimientos y desarrollar contenidos relevantes que sean críticos para el éxito del marketing digital.
5. **Ética y Responsabilidad** - comportarse de manera ética y responsable, siendo conscientes de los marcos legales.
6. **Evaluar y Solucionar Problemas** - identificar las necesidades digitales, resolver los problemas a través de medios digitales, evaluar la información recuperada y utilizarla para diseñar una estrategia digital para una pequeña empresa.
7. **Operaciones Técnicas** - identificar y evaluar las tecnologías y medios más adecuados para realizar tareas a través de herramientas digitales.

La competencia digital es una competencia transversal clave que permite adquirir otras competencias. La siguiente tabla muestra el contenido de la definición y las competencias del proyecto/entrenamiento DIGA:

**Tabla 1: Mapa DIGA para Definición y Competencias**

	<b>Proyecto/Entrenamiento del Programa DIGA</b>	<b>Definición</b>	<b>Competencias</b>
1	Aumentar la Conciencia y el Conocimiento Digital	A-G	5 éticas
2	El papel y el uso de las Tecnologías Digitales y sus beneficios para las Empresas	A Tareas C Comunicación D Gestionar información	1 gestión de la información 2 Colaboración 3
3	Realización de la Entrega Digital para la joven y la pequeña empresa	E Colaboración F Contenido	Comunicación/intercambio 7 Operaciones Técnicas
4	Habilitación y Apoyo al Desarrollo de una Estrategia Empresarial Digital	B Solucionar problemas G Construir conocimiento	6 Resolución de problemas 4 Creación de conocimiento
5	Diseño de Apoyo/Programas Empresariales de Competencia Digital Integrada	A-G	1-7

## 2.4 Estrategia Digital y sus Beneficios para PyMEs

Es indudable que la adopción de tecnologías digitales tiene muchos y variados beneficios que contribuyen a la rentabilidad, productividad y perspectivas de crecimiento de las PyMEs. La tecnología digital tiene potencial para reestructurar la estrategia empresarial tradicional como procesos de negocio



modulares, distribuidos, interfuncionales y globales que permiten realizar transacciones comerciales a través de límites de tiempo, distancia y función (Ettlie and Pavlou 2006; Kohli and Grover 2008; Rai et al., 2012). La evidencia sugiere que, con la ayuda de la tecnología, las PyMES pueden volverse globales más rápidamente y en una edad más temprana, ya que permite a las empresas trabajar juntas en una operación global y sin fisuras, a pesar de estar separadas por zonas horarias y geográficas (Deloitte 2014).

Las **empresas digitales** aprovechan la tecnología digital para re-imaginar su negocio, y abrazar las características clave que permiten el éxito en el futuro. Innovadoras, rápidas, receptivas, ágiles, creativas y orientadas al diseño son algunas de estas características clave. Digital reestructurará la conectividad empleado-empresa de la misma manera que está revolucionando las relaciones cliente-empresa. Digital permite una mayor colaboración y compromiso de los empleados, que a su vez impulsa niveles más altos de rendimiento de los empleados. Si lo social y móvil son las mejores maneras de llegar a los clientes, lógicamente, también son la mejor manera de llegar a los empleados. Hacer que las redes sociales y la colaboración estén disponibles internamente, permite a todos los empleados aprender unos de otros y resolver colectivamente los problemas.<sup>6</sup>

Las empresas tienen que operar en un entorno que cambia rápidamente. Mientras que las empresas de Internet y las empresas emergentes ya han adoptado la tecnología digital y la estrategia en su negocio, las tradicionales todavía tienen que hacer esto para tener éxito. Para hacer frente a las empresas de transformación digital tienen que crear una estrategia digital integral, y centrarse e invertir en varios de los principales facilitadores<sup>7</sup>.

La tecnología digital puede aportar un nivel de visión multifuncional al integrar las comunicaciones corporativas, internas y sociales con los procesos centrales. Mejora las interacciones entre consumidores, proveedores, partes interesadas y empleados, mejora las decisiones de gestión y el rendimiento en todas las funciones empresariales y permite nuevos modelos de negocio.

La estrategia digital no puede comenzar y terminar en el marketing, todas las unidades de negocio deben entender cómo aplicar las capacidades digitales: Gestión de Recursos Humanos (GRH), ventas, jurídico y las finanzas deben ser capaces de reconocer cómo digital afecta a sus operaciones. Una estrategia digital efectiva se une con la cultura de la empresa, la afiliación de los empleados con la empresa y recompensar y reconocer los logros de los empleados y la experiencia.

El uso de la tecnología digital en GRH es un tema de actualidad. Puede proporcionar visibilidad en tiempo real de la información crítica sobre el lugar de trabajo que ayuda a la toma de decisiones en curso durante los períodos de transformación del lugar de trabajo. Los procesos clave de GRH, como la sucesión y la planificación de recursos, pueden ser facilitados y los resultados son más precisos cuando se utiliza tecnología para medir y registrar la productividad, la satisfacción de los empleados y el proceso de contratación donde la tecnología ayuda a atraer a las personas adecuadas.

### Trabajo individual

Cada alumno debe pensar en una PyME de su país que haya utilizado cualquier herramienta digital y que haya tenido éxito como resultado. Para el debate grupal al inicio del Módulo 2, cada participante debe

<sup>6</sup> <http://www.tcs.com/SiteCollectionDocuments/Perspectives/The-Digital-Enterprise-Vol-5-1013-1.pdf>

<sup>7</sup> Tata Consultancy Services (2013). Perspectives. VOL5. the Digital Enterprise. A Framework for Transformation



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



proporcionar la siguiente información: (1) Nombre de la empresa; (2) Qué herramientas digitales fueron implementadas; (3) Cuáles son los principales beneficios de las específicas herramientas digitales usadas en comparación las herramientas “tradicionales”.



### 3 CONCLUSIÓN & REFLEXIÓN

La proliferación de las tecnologías digitales en contextos personales y empresariales, sobre todo en la llegada de plataformas de redes sociales genera nuevos modos de interacción social, diálogo, intercambio y colaboración en diferentes contextos situacionales. Por ejemplo, entre: individuos en una familia personal y capacidad social; El alumno y el educador; Los individuos como consumidores y cómo interactúan con los negocios; empresas (instituciones públicas y privadas) y cómo se relacionan con sus consumidores y otras partes interesadas. Digital es una fuerza generalizada que está impulsando la innovación y las nuevas oportunidades de negocio al acercar a individuos y organizaciones a un mundo digital interconectado y en constante cambio.

Las tecnologías digitales son una de las fuentes de crecimiento más importantes para las economías nacionales. Permiten a las economías crear más puestos de trabajo, mejorar la vida de las personas y construir sociedades mejores y más ecológicas. Los ciudadanos, las empresas, las universidades y los gobiernos están cada vez más conectados en el mundo digital. Digital está cambiando la vida de las personas: la manera en que trabajan, compran, socializan, se comunican y educan. Las tecnologías digitales ayudan a reestructurar totalmente las cadenas de valor, agudizar la inteligencia del mercado, mejorar la eficiencia, reducir el tiempo de salida al mercado y aumentar la satisfacción del consumidor. Además, con la ayuda de la tecnología, las PyMES pueden ser ahora globales desde el primer día, llegando a mercados de ultramar y grupos de talento instantáneamente.

Una conclusión primordial, en todos los documentos de política de la UE, es el consenso de que el éxito y la sostenibilidad de los objetivos políticos dependen de la cooperación entre las empresas y la educación superior. Esto refuerza la creencia de que el desarrollo de las habilidades digitales se basa en la interacción de múltiples partes interesadas dentro y fuera de las instituciones educativas para alimentar e informar lo que las habilidades digitales y el conocimiento emprendedor requiere - que se utilizará para dirigir a los educadores en el diseño digital de programas, entrega y evaluación.

La capacidad y la necesidad de integrar la tecnología digital en las principales actividades empresariales que requieren atención es un fundamento fundamental en el que se construye cualquier estrategia digital exitosa. La investigación sugiere que los empresarios deciden sobre la formación en un enfoque poco sistemático, que refleja las necesidades actuales o inmediatas de la empresa en lugar de un enfoque holístico y planificado en el futuro. Esto indica que es necesario alentar a los empresarios a adoptar una perspectiva más estratégica y de largo plazo sobre el papel y la contribución de las tecnologías digitales para la siguiente etapa de desarrollo y crecimiento de su empresa, en lugar de una función adicional o en la periferia y realizadas relativamente cuando sea necesario.

Existe un amplio acuerdo en que el mundo de las TIC se encuentra en medio de una nueva ola de innovación caracterizada por la confluencia de las tecnologías sociales, móviles y la nube, el surgimiento de los grandes datos y los nuevos tipos de análisis necesarios para crear valor en este entorno.



## 4 FUENTES ADICIONALES DE INFORMACIÓN

- 1 A report of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship. European Commission (2015). Digital Transformation of European Industry and Enterprise.
- 2 B. Hynes, Y. Costin, S. Gavez, L. McMullan & all (2015). The Role and Use of Digital Technologies – a Multi stakeholders Perspective: DIGA Project Research.
- 3 Big data changing the way businesses compete and operate. Insights on governance, risk and compliance (2014).
- 4 Brown, J.S. (2011) Learning in the Digital Age’  
<http://teaching.lfhanley.net/readings/2011/01/17/learning-in-the-digital-age-john-seely-brown/#2>.
- 5 Digital Agenda for Europe: A Europe 2020: Digital Agenda for Europe - a good start and stakeholder feedback.
- 6 Digital Europe. A Transformational Agenda for the Digital Age. DigitalEurope's Vision 2020
- 7 European Commission. A common European Digital Competence Framework for Citizens. DIGCOMP Brochure 2014.
- 8 European Commission (2011). ECDL. Unlocking the Benefits of e-Business.
- 9 European Commission DG Enterprise & Industry (August 2014). Main Trends for Information and Communication Technologies (ICT) and their Implications for e-LEADERSHIP.
- 10 European Commission. {SWD(2015) 100 final}. A Digital Single Market Strategy for Europe
- 11 European Commission. IDC Analyze the Future (2014). ICT Trends 2020. Main Trends for Information and Communication Technologies (ICT) and their Implications for e-Leadership skills.
- 12 European Digital Landscape 204. We're Social's Snapshot of Key Digital Data & Statistics
- 13 IDC (2014). Framework Conditions for Success of EU Digital Entrepreneurship.
- 14 Inclusive Teaching at RMIT. A Diversity of Learners. Strategies to Build a Community of Learners. [www.rmit.edu.au/teaching/inclusive](http://www.rmit.edu.au/teaching/inclusive).
- 15 J. Buchin.... McKinsey (2013). Ten IT-enabled business trends for the decade ahead.  
<http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/ten-it-enabled-business-trends-for-the-decade-ahead>.
- 16 KPMG Study. Survival of the Smartest. Which companies will survive the digital revolution?
- 17 Liisa Ilomäki, Anna Kantoosalu and Minna Lakkala, March 2011. What is digital competence?
- 18 Sashi, C.M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. Management Decision.
- 19 [http://is.jrc.ec.europa.eu/pages/EAP/documents/participants\\_definitions.pdf](http://is.jrc.ec.europa.eu/pages/EAP/documents/participants_definitions.pdf)
- 20 [http://learningandtheadolescentmind.org/ideas\\_community.html](http://learningandtheadolescentmind.org/ideas_community.html)
- 21 <http://mams.rmit.edu.au/y6xh29nmcwr.pdf>
- 22 <http://openeducationeuropa.eu/sites/default/files/DIGCOMP%20brochure%202014%20.pdf>
- 23 <http://www.education.com/reference/article/characteristics-learners-classroom/>
- 24 <http://www.skillsyouneed.com/ps/personal-development.html#ixzz3zxeGCxgE>
- 25 <http://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/>
- 26 <http://www.strategy-business.com/Interactive-The-Digital-Tool-Landscape>
- 27 <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/scoreboard/slovenia#4-integration-of-digital-technology>
- 28 [https://ilk.media.mit.edu/courses/readings/Rogoff\\_DevelopingUnderstanding.pdf](https://ilk.media.mit.edu/courses/readings/Rogoff_DevelopingUnderstanding.pdf)



## VÍDEOS

- 1 2025 THE FUTURE OF ICT (9:23): <https://www.youtube.com/watch?v=GpJ36KzHJG4>
- 2 HOW WILL BE THE WORLD IN 2020? (5:19): <https://www.youtube.com/watch?v=XBOCORT1k9w>
- 3 DIGITAL TRANSFORMATION INTRODUCTION (3:20):  
<https://www.youtube.com/watch?v=698GtFnoiK8>
- 4 DIGITAL TRANSFORMATION - A BUSINESS NECESSITY (3:12):  
<https://www.youtube.com/watch?v=ocTd6T2nMUy>
- 5 DIGITAL TRANSFORMATION - THE BUSINESS WORLD OF TOMORROW (2:29):  
<https://www.youtube.com/watch?v=8d32Ps1VYAk>
- 6 DIGITAL FUTURES: WHY SMALL BUSINESSES CAN COMPETE WITH THE BIG PLAYERS (5:23):  
[https://www.youtube.com/watch?v=QBWBM\\_X0VXA](https://www.youtube.com/watch?v=QBWBM_X0VXA)
- 7 HOW ARE DIGITAL TECHNOLOGIES TRANSFORMING OPERATIONS? (2:47) – benefits for  
companies: <https://www.youtube.com/watch?v=JlgomCS2agM>
- 8 TOP IT TRENDS TO ACCELERATE YOUR DIGITAL BUSINESS IN 2016 (2:10):  
<https://www.youtube.com/watch?v=2KNeozc-yeg>
- 9 WINNING IN THE DIGITAL AGE (2:07) – customers behavior change – business strategy for the  
digital age: [https://www.youtube.com/watch?v=PrrlBLu\\_6Q](https://www.youtube.com/watch?v=PrrlBLu_6Q)
- 10 DIGITAL STRATEGY – THE FUTURE IS NOW (2:06):  
<https://www.youtube.com/watch?v=qeYPvaAXr8I>
- 11 WHAT IS DIGITAL STRATEGY (5:00): <https://www.youtube.com/watch?v=1JNZcNeXBOK>
- 12 BUILD A DIGITAL STRATEGY IN 5 STEPS (8:17):  
<https://www.youtube.com/watch?v=KgwrnjVRHRw>
- 13 THE 3 MISTAKES YOU'RE MAKING WITH YOUR DIGITAL STRATEGY (4:47):  
<https://www.youtube.com/watch?v=sDps4SesQAE>
- 14 WHAT IS DIGITAL STRATEGY (5:00): <https://www.youtube.com/watch?v=1JNZcNeXBOK>

## 5 APÉNDICE DEL MÓDULO

APÉNDICE 1: Hoja de trabajo 1.1: Bingo

APÉNDICE 2: Hoja de trabajo 1.2: Plan de Desarrollo Personal

APÉNDICE 3: Hoja de trabajo 1.3: Cuestionario DIGCOMP

APÉNDICE 4: Diapositivas