



Guía Docente

Workshop Activismo Corporativo

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2023-24

Los *workshops* son actividades formativas que el estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor	<p>Aprende a diseñar una estrategia de activismo corporativo efectiva. El objetivo de este <i>workshop</i> es aprender a diseñar una campaña de activismo de marca efectiva capaz de alinear negocio e impacto. Durante el taller debatiremos sobre el rol de las empresas para afrontar los retos socio ambientales a los que nos enfrentamos como sociedad, y que recoge la Agenda 2030. Descubriremos qué criterios debemos tener en cuenta a la hora de priorizar y escoger una causa. Conoceremos la importancia de alinear el propósito de marca con la cultura de empresa. Mostraremos múltiples ejemplos y estrategias reales de marcas actuales, presentes en nuestras vidas. Aprenderemos cuáles son las mejores estrategias de comunicación para impulsar un activismo de marca efectivo. Con todo esto daremos rienda suelta a nuestra creatividad para diseñar una campaña de comunicación activista para una marca con vocación de mejorar el mundo.</p>
Contenido	<p>Tema 1: Marketing y valores corporativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ODS y retos sociales. ✓ Empresas con propósito y las 3Ps. ✓ Activismo de marca. ✓ El ciudadano consciente. <p>Tema 2: Comunicación y RRPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Micro activismo y cultura de empresa. ✓ Activismo de marca: medios propios, ganados y pagados. ✓ Activismo y comunicación efectiva.
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;">EVALUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante. • La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento. • Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación. <p>Para el adecuado desarrollo de la evaluación, el/la estudiante</p> <p style="text-align: center;">SE COMPROMETE:</p>



- **A la lectura, comprensió i estudi de la totalitat del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**
*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*
- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no** se contemplan **ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	Se realizarán diferentes ejercicios prácticos aplicados a una marca activista ficticia. El/la estudiante deberá seleccionar una causa sobre la que trabajar su estrategia de activismo corporativo, definir un target a la que dirigir su comunicación y diseñar un plan de acción con los medios y canales que formarán parte de sus campañas de comunicación (interna y externa). Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Cada equipo deberá aterrizar una campaña de comunicación activista para una marca ficticia, aplicando de forma práctica lo aprendido en el <i>workshop</i> . Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

**Conocimientos
previos**

Para el correcto desarrollo de las actividades, se recomiendan conocimientos previos de marketing, comunicación y técnicas de publicidad y de RRPP. Por tanto, este *workshop* está destinado al alumnado de 3º y 4º curso.

Bibliografía

Consultar material del *workshop*.