



## Guía Docente

**Workshop** *Branded Content: Creación de Contenidos para Marcas*

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>El <i>Branded Content</i> es una tendencia al alza en estos últimos años. Las marcas buscan ser indispensables para sus usuarios o clientes aportando valor con sus contenidos. El marketing digital y las nuevas plataformas de distribución han beneficiado que éstas puedan tener programas propios en Twitch o Youtube, podcasts, cuentas de Tik Tok de divulgación, etc. Y en las agencias de comunicación, se buscan perfiles creativos capaces de conceptualizar formatos y desarrollarlos.</p> <p>¿Quieres descubrir todo lo que se esconde detrás de las estrategias de <i>branded content</i> de marcas como Wallapop, Platanomelón, PrimeVideo, Durex y muchas más? ¿Quieres aprender a desarrollar un formato para una marca? ¡Pues este es tu <i>workshop</i>!</p>
Contenido	<p>Tema 1: Tema 1: El marketing de contenidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿Qué es y cómo se articula una estrategia de <i>Branded Content</i>?</li> <li>✓ ¿Qué contenidos quieren las marcas? ¿Y qué contenidos quiere la audiencia?</li> <li>✓ Posicionamiento de marca.</li> <li>✓ Casos de éxito.</li> </ul> <p>Tema 2: Nuevas tendencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tik Tok y Twitch, los reyes del <i>Branded Content</i>.</li> <li>✓ Los podcasts.</li> <li>✓ El metaverso.</li> </ul>
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;"><b>EVALUACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.</li> <li>• La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento.</li> <li>• Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.</li> </ul> <p>Para el adecuado desarrollo de la evaluación, <b>el/la estudiante</b></p> <p style="text-align: center;"><b>SE COMPROMETE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.</b></li> <li>• <b>A la autoría de sus trabajos y ejercicios.</b></li> </ul>



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 <b>mínimo</b> 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)	Cada estudiante recibirá dos piezas publicitarias y, para cada una, deberá indicar si se trata de un <i>branded content</i> , <i>product placement</i> , <i>spot</i> ... El/la estudiante deberá ser capaz de argumentar cuáles fueron los objetivos que quería cumplir la marca con esas acciones. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un <b>máximo de 5</b> estudiantes. (obligatoria)	El equipo recibirá el nombre de una marca que le hará el encargo de crear un <i>branded content</i> con unos objetivos muy claros. Deberán analizar en qué plataforma lo llevarán a cabo y crear un formato que esté a la altura. ¿El objetivo de la actividad? Que consigan algo tan especial como para presentárselo a cliente. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

#### Bibliografía

IBO. "¿Qué hace un *Content Creator* y por qué es necesario para tu empresa?". Disponible en: <https://ibo.pe/blog/que-hace-uncontent-creator-y-por-que-es-necesario-para-tu-empresa/>