



Guía Docente

Workshop Comunicació Digital: SEM

| 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>Ves más de 100 anuncios cada hora, miles de anuncios cada día, ¿pero no sabes cómo funcionan? En este workshop entenderás que es SEM, que son los ADS y cómo crearlos. Algo indispensable para tu futuro profesional. Te cuento lo que aprenderás: ↓</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Veremos las plataformas en las que se pueden hacer anuncios y sus características. ✓ Entenderás que es una segmentación y cómo se usan las palabras clave. ✓ Abordaremos juntos el mundo de las posibilidades que tienen las plataformas de anuncios. ✓ Analizaremos como definir los presupuestos de las campañas. ✓ Revisaremos las posibilidades de optimización que tienen las plataformas. ✓ Revisaremos a profundidad la herramienta de creación de anuncios más popular del mundo: <i>Google Ads</i>. ✓ Acabarás entendiendo lo básico para crear tus propios anuncios. <p>Este es un workshop que no te querrás perder, estoy seguro que te será de utilidad más pronto que tarde. No dejes de aprender sobre SEM y el mundo de los ADS.</p> |
| Contenido | <p>Tema 1: ¿Qué son los anuncios y cómo funcionan? En este primer tema veremos el funcionamiento de los anuncios, un glosario de términos y todos los conceptos básicos para entender cómo funcionan estas plataformas de pago:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis de los diferentes canales de publicidad. ✓ Análisis de sus características y posibilidades. ✓ Tips. <p>Tema 2: Meta Ads y otras plataformas. En el segundo tema nos enfocaremos en la plataforma con más oportunidades: Meta Ads y veremos cómo se realizan los anuncios allí:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipos de anuncios. ✓ Segmentaciones Plataformas o canales. ✓ Posibilidades de optimización. ✓ Casos de éxito de Meta Ads. ✓ Creatividad para la creación de anuncios. |
| 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.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

SE COMPROMETE:

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad 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) | Creación de una campaña de marketing o comunicación de pago. Se desarrollará un plan con propuestas de realización y se elegirán elementos como: tipo de anuncios, segmentaciones, creatividades, estrategia, presupuesto y otros elementos de campañas. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase. | 70% |
| Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. | El/la estudiante usará el ejercicio individual para llevar a cabo su plan: crearán los anuncios, escribirán los copys, elegirán palabras clave, crearán creatividades, probarán segmentos y otros elementos de campañas. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase. | 30% |



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

| | | | |
|---------------------|---|--|--|
| | (obligatoria) | | |
| Bibliografia | Consultar el material del <i>workshop</i> . | | |