



Guía Docente

Workshop Estrategia Digital: *Influencers* y *Brand Ambassadors*

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>En este <i>workshop</i>, los/las estudiantes aprenderán cómo trabajan la mayoría de las marcas hoy en día en el mundo digital y los procesos con los que trabajamos habitualmente a la hora de realizar campañas digitales desde cero para una marca:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Selección de plataformas de visibilidad. ✓ Análisis del sector y competencia. ✓ Selección de uno o varios embajadores digitales. ✓ Campañas con <i>influencers</i> (desarrollo, ejecución y medición de parámetros).
------------	--

Contenido	<p>Tema 1: Análisis de las Diferentes Plataformas donde realizar una Campaña Digital; entender qué es lo que ahora mismo buscan la mayoría de las marcas y trabajar como lo llevaríamos a cabo punto por punto.</p> <p>Tema 2: Embajador de Marca, <i>Influencers</i> y <i>Microinfluencers</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cómo seleccionar un buen embajador de marca. ✓ Cómo debemos usar <i>influencer</i> y <i>microinfluencer</i> según los objetivos de la marca. ✓ Presupuestos de las marcas y cómo se trabajan en las distintas plataformas. ✓ Medición de resultados y KPIs para valorar la rentabilidad.
-----------	--

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> <ul style="list-style-type: none"> • A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado. • A la autoría de sus trabajos y ejercicios. <p><i>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.</i></p>
-----------------------	--



- **A la correcció ortogràfica, sintàctica i lèxica 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)	Desarrollo de una campaña digital con las plataformas y análisis de los competidores. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Selección de embajadores de marca junto a las posibles acciones comunicativas a realizar. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

SanMiguel, P. (2021). Influencer Marketing. ALMUZARA.