



## Guía Docente

**Workshop** Redacción Periodística en *Branded Content*

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**  
Vivimos en la era del contenido y, en ella, el rey es el *branded content*. Por algo es la herramienta preferida en la actualidad por las marcas para atraer audiencias y construir una mejor imagen. El objetivo de este curso es dotar a los/as estudiantes de técnicas de redacción para construir relatos atractivos y emocionales, bien escritos y capaces de producir *engagement* entre las personas y las marcas, todo ello con el análisis de casos de éxito y nuevas tendencias y herramientas en torno al *branded content*.

**Contenido**  
Tema 1: Técnicas de redacción periodística en *branded content*.  
Tema 2: Sesiones prácticas a través de las cuales dotar a los/as estudiantes de técnicas de redacción periodística para construir óptimos relatos de *branded content*, así como un análisis del sector actual con la evaluación de casos de éxito.

**EVALUACIÓN**

- La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
- La puntuación mínima para superar cualquier *workshop* es un 5,00. Solamente los *workshops* 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**

**Sistema de Evaluación**

**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 <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)	Conceptualización de una campaña global de <i>branded content</i> para una marca (real o ficticia) que conlleve el diseño y redacción de una serie de <b>3 textos</b> centrados en proyectar los valores de la marca y que sirvan para conseguir los objetivos de la estrategia comunicativa previamente definida en un <i>briefing</i> . Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un <b>máximo de 5</b> estudiantes. (obligatoria)	Elección, seguimiento en los medios, análisis e interpretación de una campaña de <i>branded content</i> de una marca concreta. El trabajo tendrá como elemento fundamental la redacción periodística de <b>5 textos</b> por en los que deberán proyectar los valores y objetivos de la marca, la aplicación de las técnicas de escritura desarrolladas en clase, así como justificar en un <i>briefing</i> en qué medios, por qué y cómo aparecería publicado. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase	30%

#### Bibliografía

IAB Spain (2022), Libro blanco de *branded content*.