



Guía Docente

Workshop	DirCom de Artes Escénicas					
Datos del Workshop	TIPO OP	ECTS 2	SEMESTRE Consultar programación	PRESENCIAL 100%	IDIOMA Catalán / Castellano	CURSO 2026-27

Los *workshops* son actividades formativas que el/la 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	Este <i>workshop</i> está pensado para que los/las estudiantes aprendan a diseñar, planificar y gestionar la comunicación de un proyecto escénico, sea de teatro o de circo. A partir de un espectáculo real, trabajaremos todo el proceso: definición de objetivos, públicos y mensaje, creación de estrategia, calendarización y ejecución de la campaña en redes, medios y territorio, para que acaben el curso con una campaña completa preparada para presentarla al mundo.
Contenido	<p>Tema 1: Estrategia de Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Definir objetivos y públicos Crear el mensaje clave Planificar la campaña: RRPP, marketing o publicidad? <p>Tema 2: Ejecución y Difusión</p> <ul style="list-style-type: none"> Contenidos para redes Prensa y territorios
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>



El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).

- **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)	Es condición imprescindible para el correcto desarrollo de la actividad la asistencia a la totalidad de las sesiones y realizar aportaciones pertinentes y significativas. En caso de incumplimiento, solo se contemplará la excepcionalidad de la norma para ausencias inferiores al 20% de las sesiones programadas. Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas.	Apto/ No apto* *No apto implica la calificación 0,00 para este <i>workshop</i> .
Actividad formativa individual	1. Análisis de un espectáculo Crea un mapa mental con los objetivos, públicos y mensaje clave de un espectáculo de teatro o circo. Identifica 3 canales principales para llegar a tu público. 2. Diseño de contenido por redes Escoge un espectáculo real y crea contenido por Instagram o TikTok, adaptados a diferentes fases de la campaña: <i>teasers</i> , promoción y post-espectáculo. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	3. Plan de prensa Redacta un dossier de prensa para un espectáculo, incluyendo sinopsis, datos técnicos y propone 3 medios locales o especializados para enviarlo. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Bibliografia

- Scheff Bernstein, J. (2007). Marketing de las artes escénicas: Creación y desarrollo de públicos. Paidós.
- Bermúdez, M. (2015). Espectáculos escénicos: Producción y difusión (2a ed.). Fondo de Cultura Económica.