



## Guía Docente

**Workshop** Marca Personal: Expresa tu esencia

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	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**

En este *workshop* trabajaremos de manera transdisciplinar para potenciar tu Marca Personal en el sector.

Por un lado, crearás prácticas audiovisuales desde tu esencia para encontrar aquello que verdaderamente te motiva y por otro, deberás ser capaz de defenderlo y mejorar tu discurso persuasivo semana a semana.

**Contenido**

Tema 1: Qué es comunicar y qué es crear

- ✓ De la comunicación intrapersonal a la comunicación mediática
- ✓ Define y canaliza tu mensaje
- ✓ Encuentra lo que te apasiona

Tema 2: Comunica tu Marca Personal

- ✓ DAFO de Marca Personal
- ✓ El plan de Marketing de tu Marca Personal
- ✓ Desarrollo de un relato multicanal

**Sistema de Evaluación**

**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**

**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.*
- 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 correcció ortogràfica, sintàctica 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 <b>totalidad</b> de las sesiones y realizar aportaciones pertinentes y significativas.  En caso de incumplimiento, solo se contemplará la <b>excepcionalidad</b> 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*  * <i>No apto</i> implica la calificación 0,00 para este <i>workshop</i> .
Actividad formativa individual	El/la estudiante realizará diferentes prácticas de creación audiovisual que deberá saber canalizar en diferentes formatos audiovisuales y persuasivos. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un <b>máximo de 5</b> estudiantes.	Creación de un proyecto audiovisual que habrá que proyectar y defender delante de la clase de manera profesional. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

- Baró, T. (2019). La gran guía del lenguaje no verbal. Paidós.
- Calvo, I. G. (2013). La ruptura del relato en la narración transmedia: creación de espacios para la acción social. *Journal of communication*, 1, 58-79.
- Carnegie, D. (1936). *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*. Nueva York, EE. UU.: Simon & Schuster.
- McKee, R. (2013). *El guión: Story* (9ª edición). Alba Editorial.
- Scolari, C. A. (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Grupo Planeta.