



Guía Docente

Workshop Comunicando desde el Sector Público

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	<p>Este <i>workshop</i> se adentrará en las características esenciales que marcan la comunicación de las instituciones públicas y muy especialmente en las llamadas Campañas de Comunicación Institucional.</p> <p>Las instituciones públicas están obligadas a rendir cuentas al estar financiadas por la administración y por tanto se les exige un tratamiento informativo riguroso y transparente. En la comunicación institucional existe una obligación de servicio público que se suma a los códigos deontológicos propios de la profesión y esa voluntad social se materializa en sus campañas de comunicación institucional. Por este motivo el profesional de la comunicación en el sector público o institucional debe tener claro el campo en el que actuará y la capacidad de crear, desde cero, campañas de comunicación institucional.</p>
Contenido	<p>Tema 1: Conocimientos básicos. En este tema nos adentraremos en los conceptos esenciales que rigen la actividad profesional del/la responsable de relaciones públicas en el sector público. Se trabajarán cuatro puntos clave: el Dircom del sector público, el concepto de "campaña permanente", las crisis de comunicación en el sector público y la planificación estratégica.</p> <p>Tema 2: Creamos una campaña de comunicación institucional. Una vez asentados los conocimientos teóricos esenciales (especialmente el punto dedicado a la planificación estratégica), trabajaremos la estructura y contenido de una campaña de comunicación institucional.</p>
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.**
*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 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	Realización de un breve ensayo personal sobre la Ley 29/2005, de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional en relación al uso partidista de la comunicación institucional y a los sistemas de rendición de cuentas. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Partiendo del contenido teórico del tema 2, se elaborará una campaña de comunicación institucional con todos los procesos involucrados (meta, análisis del entorno, objetivos, público objetivo, mensaje y acción, evaluación).	30%



	Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
--	---	--

Bibliografía

Costa, J. (2012). El dircom hoy.

Foix, T. A., Gordo, V. C., & Rodríguez, J. R. (2009). Comunicació política i d'institucions públiques (Vol. 142). Editorial UOC.

Gobierno de Navarra (2010) ¿Cómo planificar la comunicación desde una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación.

Pérez-Curiel, C., & García-Gordillo, M. (2021). Comunicación institucional pública: retos y realidades.