



Guía Docente

Workshop Activismo Corporativo

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2024-25

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	El objetivo de este <i>workshop</i> es aprender a diseñar una campaña de activismo de marca efectiva capaz de alinear negocio e impacto. Debatiremos sobre el rol de las empresas para afrontar los retos socio-ambientales a los que nos enfrentamos como sociedad, y que recoge la Agenda 2030. Descubriremos qué criterios debemos tener en cuenta para priorizar y escoger una causa. Conoceremos la importancia de alinear el propósito de marca con la cultura de empresa. Analizaremos ejemplos y estrategias de marcas activistas presentes en nuestras vidas. Aprenderemos cuáles son las mejores estrategias de comunicación para impulsar un activismo de marca efectivo. Y, con todo esto, daremos rienda suelta a nuestra creatividad para diseñar una campaña de comunicación activista con vocación de mejorar el mundo.
Contenido	<p>Tema 1: Marketing y valores corporativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ODS y retos sociales. ✓ El ciudadano consciente. ✓ Empresas con propósito y las 3Ps. <p>Tema 2: Comunicación y RRPP.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Activismo de marca. ✓ Activismo y comunicación efectiva.
Conocimientos previos	Para el correcto desarrollo de las actividades, se recomiendan conocimientos previos de marketing, comunicación y técnicas de publicidad y de RRPP. Por tanto, este <i>workshop</i> está destinado al alumnado a partir de 3r curso.
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.*
- **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 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)	Se realizarán diferentes ejercicios prácticos que ayudarán a desarrollar un sentido crítico y conocer al consumidor al que se dirigen, clave para definir los objetivos y estrategia de su marca activista en el trabajo grupal. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Cada equipo deberá aterrizar una campaña de comunicación activista para una marca ficticia, aplicando de forma práctica lo aprendido en el <i>workshop</i> . Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Consultar material del *workshop*.