



Guía Docente

Workshop El Prosumer Digital

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

En este *workshop* escogerás un tema y un nicho de mercado y desarrollarás un plan de contenidos digital para tu Marca Personal simulando que eres un/a influencer o creador/a de contenido.

Los/as estudiantes serán responsables de la creación del contenido digital que será distribuido en diferentes redes sociales. Implementaremos estrategias y conoceremos las oportunidades y las fortalezas que nos da cada plataforma.

Contenido

Tema 1: el *prosumer*.

- ✓ La era del *prosumer*.
- ✓ Diferencias: consumidor y *prosumidor*.
- ✓ *Millennials* y Gen-Z como *prosumers*.
- ✓ Ejemplos de campañas exitosas.

Tema 2: creación de contenido.

- ✓ Creación, producción, difusión y repercusión.
- ✓ Tipos de contenidos que seducen a la audiencia.
- ✓ Canales de distribución.
- ✓ Herramientas de marketing.

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.*



- **A la correcció ortogràfica, sintàctica i lèxica del material presentat.** 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)	El/la estudiante deberá ser capaz de desarrollar una propuesta de plan de contenidos simulando que es el director/a de marketing de una empresa. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Cada equipo diseñará e implementará estrategias de creación de contenidos en redes sociales simulando que es una empresa/agencia de comunicación y marketing. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Moreno Molina, M. (2014) El gran libro del Community Manager. Gestión 2000.

Scolari, C. A. (2013) Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Grupo Planeta.