



Guía Docente

Workshop Marketing de *Start-up*, ¿por dónde empiezo?

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	<p>Es un hecho: las <i>start-ups</i> están creciendo. Actualmente hay en España más de 4.000 <i>start-ups</i> agrupando todos los sectores y, ¿sabes lo que todas tienen en común? La necesidad de un buen marketing que las ayude a crecer. Hay muchas ideas maravillosas que no ven la luz o empresas pequeñas a las que les cuesta crecer, pues no es tarea fácil. Suelen tener recursos limitados (esto no será un impedimento... ¡usaremos la imaginación!), un equipo pequeño (hay que saber de todo), y poco tiempo (aprovechémoslo bien e identifiquemos las acciones que realmente tendrán impacto).</p> <p>En este <i>workshop</i> aprenderás diferentes estrategias y te irás con muchas ideas de marketing para lanzar una <i>start-up</i> o impulsar una empresa pequeña. Juntaremos marketing, comunicación y publicidad en un único objetivo, llegar hasta el infinito y más allá.</p> <p>En este <i>workshop</i> saldrás de la famosa 'zona de confort' y las 'típicas' acciones de marketing. Considera nuevas ideas, explora, y aprende a ejecutar un plan que empieza mucho antes de que una idea se lance.</p>
Contenido	<p>Tema 1: Marketing de <i>start-up</i> ¿por dónde empiezo? A lo largo del <i>workshop</i>, se darán pautas y guías para saber detectar que aspectos van a dar mayor resultado (¿SEO? ¿cuál es el volumen de <i>keyword search</i>? ¿Eventos? ¿Hay eventos en esta industria y como seleccionados el mejor? ¿Vamos a los medios, con qué historia y cuándo?).</p> <p>Tema 2: <i>Google Ads</i>, eventos, premios, medios de comunicación, <i>webinars</i>, marketing digital, SEO, videos, redes sociales, <i>partnerships</i>... ¿Dónde va una <i>start-up</i> que quiere crecer? Trabajaremos en equipo casos muy diferentes para irnos llenos de nuevas ideas.</p>
Conocimientos Previos	Para el correcto desarrollo de las actividades, se recomiendan conocimientos previos de publicidad, comunicación y marketing. Por tanto, este <i>workshop</i> está destinado al alumnado a partir de 2º 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.



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 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)	Cada estudiante seleccionará una <i>start-up</i> de un listado proporcionado en clase (incluirá diferentes sectores) y realizará y presentará un análisis de marketing hasta la fecha. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Cada equipo creará o seleccionará una <i>start-up</i> del listado anterior e ingeniará un plan de marketing que agrupe las acciones más adecuadas para su empresa a partir de las indicaciones del/de la docente. Cada integrante del grupo será responsable de un área y tendrán que trabajar juntos para presentar un plan final que impulse su <i>start-up</i> . Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Consultar material del *workshop*.