



Guía Docente

Workshop *Branded Content: Creación de Contenidos para Marcas*

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2025-26

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>El <i>Branded Content</i> es una tendencia al alza en estos últimos años. Las marcas buscan ser indispensables para sus usuarios o clientes aportando valor con sus contenidos. El marketing digital y las nuevas plataformas de distribución han beneficiado que éstas puedan tener programas propios en <i>Twitch</i> o <i>Youtube</i>, podcasts, cuentas de <i>Tik Tok</i> de divulgación, etc. Y en las agencias de comunicación, se buscan perfiles creativos capaces de conceptualizar formatos y desarrollarlos.</p> <p>¿Quieres descubrir todo lo que se esconde detrás de las estrategias de <i>branded content</i> de marcas como Wallapop, Platanomelón, PrimeVideo, Durex y muchas más? ¿Quieres aprender a desarrollar un formato para una marca? ¡Pues este es tu <i>workshop</i>!</p>
Contenido	<p>Tema 1: Tema 1: El marketing de contenidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Qué es y cómo se articula una estrategia de <i>Branded Content</i>? ✓ ¿Qué contenidos quieren las marcas? ¿Y qué contenidos quiere la audiencia? ✓ Posicionamiento de marca. ✓ Casos de éxito. <p>Tema 2: Nuevas tendencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Tik Tok</i> y <i>Twitch</i>, los reyes del <i>Branded Content</i>. ✓ Los podcasts. ✓ El metaverso.
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)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas. 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	Cada estudiante recibirá dos piezas publicitarias y, para cada una, deberá indicar si se trata de un <i>branded content</i> , <i>product placement</i> , <i>spot</i> ... El/la estudiante deberá ser capaz de argumentar cuáles fueron los objetivos que quería cumplir la marca con esas acciones. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	El equipo recibirá el nombre de una marca que le hará el encargo de crear un <i>branded content</i> con unos objetivos muy claros. Deberán analizar en qué plataforma lo llevarán a cabo y crear un formato que esté a la altura. ¿El objetivo de la actividad? Que consigan algo tan especial como para presentárselo a cliente. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Bibliografia

IBO. "¿Qué hace un *Content Creator* y por qué es necesario para tu empresa?". Disponible en: <https://ibo.pe/blog/que-hace-uncontent-creator-y-por-que-es-necesario-para-tu-empresa/>