



Guía Docente

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

Datos del Workshop	TIPO OP	ECTS 2	SEMESTRE Consultar programación	PRESENCIAL 100%	IDIOMA Catalán / Castellano	CURSO 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	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). 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. 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 empiece mucho antes de que una idea se lance.
Contenido	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?). 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.
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	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 <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.*
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 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.	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> .	30%



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

		Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
Bibliografia	Consultar material del <i>workshop</i> .		