



Guía Docente

Workshop Moda y Comunicación

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
Este *workshop* está diseñado para estudiantes apasionados/as por la estrategia, la comunicación y las relaciones públicas que caracterizan a la industria de la moda. Se obtendrá una visión integral de cómo la comunicación impulsa la industria de la moda y cómo poder aplicar las habilidades en el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas para destacar en este sector tan apasionante.

Contenido
Tema 1: La Importancia de la Comunicación en la Industria de la Moda
 ✓ Cómo las marcas de moda utilizan estrategias de comunicación para transmitir su identidad, conectar con su audiencia y crear tendencias.
 ✓ Tendencias y Estilos Actuales: cómo se comunican a través de diferentes plataformas, desde las pasarelas hasta las redes sociales.
 Tema 2: El Rol de la Publicidad y las Relaciones Públicas
 ✓ Cómo la publicidad y las relaciones públicas moldean la percepción de las marcas de moda, gestionan crisis y fomentan la lealtad del cliente.
 ✓ Creatividad y colaboración entre diseñadores, publicistas, relaciones públicas y otros profesionales en la industria para crear campañas exitosas y auténticas.

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.*



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	El/la estudiante deberá analizar estudios de casos reales de campañas de moda exitosas y participar en debates sobre ética, diversidad e inclusión en la comunicación de moda. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Los equipos desarrollaran una campaña de comunicación integral para una marca de moda ficticia o real. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Consultar el material del *workshop*.