



Guía Docente

Workshop El Poder de las Historias en la Marca Personal

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 <i>workshop</i> te descubrirá el poder que tienen las historias en la construcción de tu propia marca personal como profesional. Mediante un recorrido por teorías de campos tan diversos como la psicología, la teoría del cine, la narrativa y el marketing, aprenderás a identificar y emplear las estructuras narrativas, los arquetipos y las estrategias de lenguaje para narrar tu valor profesional de forma clara, memorable, relevante y orientada a resultados. Todo ello, a través de ejemplos reales y de ejercicios prácticos que te permitirán terminar el <i>workshop</i> con las herramientas necesarias para que definas el <i>storytelling</i> de tu personal <i>branding</i> , de forma que pueda reforzar tu seguridad personal y te permita exponer de forma memorable y efectiva tu valor como profesional.
Contenido	<p>Tema 1: El valor y el poder de las historias El <i>branding</i> y la importancia del personal <i>branding</i>; el valor y utilidad de las historias; los géneros y estructuras narrativas como técnica de clarificación del mensaje; el <i>storybrand framework</i>; ejemplos reales y ejercicios prácticos.</p> <p>Tema 2: Técnicas y herramientas de <i>storytelling</i> La importancia de los personajes, roles y arquetipos; estrategias de lenguaje o como elegir con intención las palabras; el papel crucial de la audiencia y los objetivos a la hora de definir tu historia; ejemplos reales y ejercicios prácticos.</p>
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	Desarrollar una propuesta de <i>storytelling</i> personal propia, abordando los diferentes aspectos tratados durante el <i>workshop</i> , con un objetivo de comunicación/reputación específico, y dirigido a una audiencia concreta. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Cada equipo escogerá a un personaje conocido, presente o pasado, y hará una propuesta de <i>storytelling</i> personal sobre ese personaje con un objetivo de reputación concreto, y basando la propuesta en sucesos de la vida o rasgos reales del personaje escogido. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

- Álvarez, R. (2017) Sobre las estructuras narrativas en el relato cinematográfico. Medium.
 Austin, J.L. (2016) Como hacer cosas con palabras. Paidós.
 Ballo, J.; Pérez. X. (1997). La semilla inmortal. Anagrama.



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Gubern, R. (2006) Máscaras de la Ficción. Anagrama. Jung, C.G. (2009) Arquetipos e inconsciente colectivos. Paidós.
Mark, M.; Pearson, Carol. (2001) The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes. McGraw Hill
Miller, D (2018). Cómo construir una storybrand: clarifica tu mensaje para que la gente te escuche. Empresa Activa.
Miltenburg, A. (2018) Brand the Change. BIS Publishers.