



Guía Docente

Workshop Prosumer Transmedia

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

En este *workshop* escogerás un tema y un nicho de mercado y desarrollarás un plan de contenidos digital para tu Marca Personal simulando que eres un/a influencer o creador/a de contenido.

El estudiantado será responsable de la creación del contenido digital que será distribuido en diferentes redes sociales. Implementaremos estrategias y conoceremos las oportunidades y las fortalezas que nos da cada plataforma.

Contenido

Tema 1: *Prosumer Digital*.

- ✓ La era *prosumer*.
- ✓ Ejemplos de campañas exitosas.
- ✓ Tipos de contenidos que seducen a la audiencia.
- ✓ Canales de distribución
- ✓ Herramientas de marketing.

Tema 2: Creación de Contenidos Transmedia

- ✓ El proceso creativo: de la idea inicial a la/s pantalla/s.
- ✓ La importancia dentro de la estrategia de contenidos.
- ✓ Participar en el desarrollo de un relato multicanal

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.

Sistema de 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 realizará diferentes prácticas de formato audiovisual. Su <i>storytelling</i> estará interconectado para que la estrategia en redes sociales sea <i>transmedia</i> . Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Creación de un proyecto, producción de contenidos y desarrollo de una estrategia transmedia original, decidiendo en qué plataformas de audio y video alojar cada contenido. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

- Calvo, I. G. (2013). La ruptura del relato en la narración transmedia: creación de espacios para la acción social. *Journal of communication*, 1, 58-79.
- Gutiérrez, A. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que botones y teclas*. Barcelona: Gedisa.
- McKee, R. (2013). *El guión: Story* (9ª edición). Alba Editorial.
- Moreno Molina, M. (2014) *El gran libro del Community Manager*. Gestión 2000.
- Scolari, C. A. (2013) *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Grupo Planeta.