



Guía Docente

Workshop La Comunicación en el Sector Cultural

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	Este <i>workshop</i> ofrece una inmersión dinámica en el mundo de la comunicación aplicada al sector cultural. Trabajaremos las estrategias y herramientas específicas necesarias para promover y difundir eventos, proyectos y organizaciones culturales. Desde la promoción de exposiciones y espectáculos hasta la gestión de la reputación de instituciones culturales, los/las participantes aprenderán a aplicar los principios fundamentales de la comunicación en un contexto cultural único. A través de estudios de casos, ejercicios prácticos y discusiones interactivas, los/as estudiantes adquirirán habilidades prácticas para desarrollar campañas efectivas, gestionar crisis de comunicación y cultivar relaciones sólidas con audiencias diversas en el ámbito cultural. Con la orientación de profesionales experimentados en el campo de la comunicación cultural, este <i>workshop</i> proporcionará al alumnado una visión integral y práctica de cómo utilizar estratégicamente los medios de comunicación para impulsar la visibilidad, la participación y el compromiso en el sector cultural.
Contenido	Tema 1: Fundamentos de la Comunicación en el Sector Cultural. ✓ Introducción al sector cultural: características, desafíos y oportunidades. Importancia de la comunicación en la promoción cultural. ✓ Identificación de audiencias y segmentación. El papel del <i>storytelling</i> en la comunicación cultural. ✓ Planificación y Ejecución de Campañas Culturales: Desarrollo de objetivos y estrategias de comunicación. Selección de canales y plataformas de difusión. Creación de contenido creativo y relevante. Medición de resultados y análisis de impacto. ✓ Gestión de Crisis y Relaciones con los Medios: Identificación y prevención de posibles crisis de comunicación. Manejo de situaciones delicadas. Tema 2: Prácticas Avanzadas en Comunicación Cultural ✓ Marketing Digital y RRSS en el Ámbito Cultural Estrategias de marketing digital para instituciones culturales. Optimización de RRSS y gestión de comunidad. Publicidad <i>online</i> y campañas pagadas. Estrategias de <i>influencer marketing</i>. ✓ Nuevas Tendencias en Comunicación Cultural. Tendencias actuales en comunicación cultural: sostenibilidad, inclusión, diversidad. Desarrollo de <i>partnerships</i> y colaboraciones estratégicas.
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	Análisis de Campaña Cultural: cada estudiante elige una campaña de comunicación cultural existente y realiza un análisis detallado de sus estrategias, canales utilizados, audiencia objetivo y resultados obtenidos.	70%



		Luego, presentan sus hallazgos y conclusiones en formato de informe. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
	Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Trabajo en equipo para desarrollar un proyecto de comunicación cultural. Desarrollo de una campaña integral, desde la concepción hasta la presentación final. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%
Bibliografía	Consultar el material del <i>workshop</i> .		