Guía Docente						
Workshop	Comunicando desde el Sector Público					
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 *workshop* se adentrará en las características esenciales que marcan la comunicación de las instituciones públicas y muy especialmente en las llamadas Campañas de Comunicación Institucional. Las instituciones públicas están obligadas a rendir cuentas al estar financiadas por la administración y por tanto se les exige un tratamiento informativo riguroso y transparente. En la comunicación institucional existe una obligación de servicio público que se suma a los códigos deontológicos propios de la profesión y esa voluntad social se materializa en sus campañas de comunicación institucional. Por este motivo el profesional de la comunicación en el sector público o institucional debe tener claro el campo en el que actuará y la capacidad de crear, desde cero, campañas de comunicación institucional.
Contenido	Tema 1: Conocimientos básicos. En este tema nos adentraremos en los conceptos esenciales que rigen la actividad profesional del/la responsable de relaciones públicas en el sector público. Se trabajarán cuatro puntos clave: el Dircom del sector público, el concepto de "campaña permanente ", las crisis de comunicación en el sector público y la planificación estratégica.
	Tema 2: Creamos una campaña de comunicación institucional. Una vez asentados los conocimientos teóricos esenciales (especialmente el punto dedicado a la planificación estratégica), trabajaremos la estructura y contenido de una campaña de comunicación institucional.
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 revaluación**.		
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	Realización de un breve ensayo personal sobre la Ley 29/2005, de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional en relación al uso partidista de la comunicación institucional y a los sistemas de rendición de cuentas. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un **máximo de 5** estudiantes.	Partiendo del contenido teórico del tema 2, se elaborará una campaña de comunicación institucional con todos los procesos involucrados (meta, análisis del entorno, objetivos, público objetivo, mensaje y acción, evaluación). Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

Costa, J. (2012). El dircom hoy.

Foix, T. A., Gordo, V. C., & Rodríguez, J. R. (2009). Comunicació política i d'institucions públiques (Vol. 142). Editorial UOC.
Gobierno de Navarra (2010) ¿Cómo planificar la comunicación desde una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación.
Pérez-Curiel, C., & García-Gordillo, M. (2021). Comunicación institucional pública: retos y realidades.