



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 43288

Nombre: Gestión comunicativa en el panorama audiovisual

Ciclo: Máster Universitario Oficial

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2253 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2253 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales	Gestión comunicativa en el panorama audiovisual	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

CABRERA GARCIA-OCHOA YOLANDA

RESUMEN

"Gestión comunicativa en el panorama audiovisual" es una asignatura de formación obligatoria del Máster en Contenidos y Formatos Audiovisuales y se imparte en el segundo semestre.

En esta materia se desarrollan las habilidades comunicativas con un enfoque práctico pensado para que el alumnado conozca y sepa aplicar las diferentes fórmulas de comunicación pública de los proyectos audiovisuales, las estrategias de venta y marketing para poder realizar una defensa pública de los proyectos ante los profesionales del sector.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS



Esta asignatura no requiere conocimientos previos.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2149 -

Administrar las destrezas adquiridas en la proyección y construcción de un diseño curricular coherente.

Analizar e interpretar los nuevos lenguajes mediáticos asociados a la multidifusión digital.

Integrar los contenidos teóricos relacionados con los lenguajes mediáticos utilizados en el flujo comunicativo de contenidos y formatos audiovisuales de la sociedad de la información en la praxis profesional.

Interpretar la estructura de la empresa audiovisual, la dinámica del mercado y la naturaleza de los diferentes productos audiovisuales en los flujos mediáticos emergentes.

Planificar y crear estudios de análisis y prospectiva de las tendencias en el consumo de los contenidos y formatos audiovisuales emergentes en el espacio multidifusivo.

Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La defensa pública ante los agentes de la industria.

1.1 Los agentes de la industria.

1.2 1.2 Características del mercado audiovisual.

2. Conceptos, preparación, realización y organización del pitch.

2.1 Origen y definición del pitch.

2.2 Tipos de pitch.

2.3 Organización del pitch.



2.4 Venta de producto.

3. Estrategia y elementos de diferenciación a transmitir. Cómo afrontar las preguntas.

3.1 El pitch como estrategia comunicativa oral.

3.2 Técnicas de expresión oral de comunicación pública.

3.3 Preparación de la presentación.

4. El acompañamiento visual, el dossier y el material de entrega.

4.1 Material audiovisual.

4.2 Dossier escrito.

4.3 La respuesta a las preguntas formuladas.

5. Marketing y promoción de los contenidos audiovisuales.

5.1 Elementos promocionales.

5.2 Estrategias de marketing aplicadas al pitch.

6. Jornadas profesionales.

6.1 Tipo de pitch profesionales.

6.2 Taller preparatorio para jornadas pitch CONTD.

Resultados de aprendizaje:

En esta materia se estudiarán las diferentes fórmulas de comunicación pública de los proyectos audiovisuales, las estrategias de ventas y marketing y la gestión comunicativa ante el sector. La correcta defensa pública de los proyectos ante los agentes de la industria es una de las claves del éxito de un proyecto audiovisual. Asimismo, se enseñará al alumnado a planificar y elaborar un *pitch* y a diseñar una estrategia de venta y promoción de contenidos audiovisuales.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
-----------	-------



Seminario	30,00
Laboratorio	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	30,00
Estudio y trabajo autónomo	20,00
Preparación de clases	10,00
Preparación de actividades de evaluación	20,00
Resolución de casos prácticos	10,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Actividades presenciales

La docencia presencial seguirá las siguientes metodologías:

- **Clases teóricas lección magistral participativa** donde se explican los conceptos teóricos para mejorar las habilidades comunicativas del alumnado y conocer las características de los procesos de venta de proyectos audiovisuales.
- **Resolución de casos prácticos** para la preparación de una defensa oral (pitch) delante de profesionales del sector. Visionado y análisis de casos y ejemplos prácticos.
- **Desarrollo de proyectos:** enfocados al formato pitch ajustado a las exigencias y necesidades del mercado actual.
- **Debate o discusión dirigida:** para diseñar la mejor estrategia de comunicación, marketing y promoción para la venta de cada proyecto.
- **Conferencias de expertos:** que permitan ilustrar los diferentes tipos de pitch y cómo mejorar la gestión comunicativa en el entorno profesional.
- **Grupo de trabajo:** diseño de la estrategia de defensa, escritura de guion de contenidos de discurso oral y desarrollo de todos los elementos necesarios para la defensa del proyecto grupal, incluidos los soportes audiovisuales, escritos y promocionales.

Actividades no presenciales

El alumnado desarrollará las siguientes actividades no presenciales:

- **Elaboración de trabajos individuales o en grupo:** escritura de guion de contenidos de discurso oral y desarrollo de todos los elementos necesarios para la defensa del proyecto grupal, incluidos los soportes audiovisuales, escritos y promocionales.



- **Estudio y trabajo autónomo:** del guion elaborado y de las características y aspectos más relevantes del proyecto para poder responder a las preguntas realizadas por los productores o el profesorado que evalúe los proyectos en los diferentes pitch realizados.
- **Preparación de actividades de evaluación:** asistencia a ensayos y diseño de los materiales de apoyo para la defensa oral, realización de las lecturas recomendadas y visionado de los materiales complementarios.

Esta asignatura tiene en cuenta especialmente los siguientes **Objetivos de Desarrollo Sostenible:**

- **ODS 4, Educación de calidad.** Meta 7, que el alumnado adquiera los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural, y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.
- **ODS 5, Igualdad de género.** Meta 1, poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá el Reglamento de evaluación y calificación de la Universitat de València para títulos de grado y máster, aprobado por el Consell de Govern el 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017).

Evaluación en la primera convocatoria.

La evaluación en primera convocatoria se desarrollará del siguiente modo:

- **Asistencia y participación:** a las sesiones presenciales y ensayos programados al menos en un 80%. Participación activa en las dinámicas de grupo. Supone el 40% de la nota. No es recuperable en la segunda convocatoria.
- **Evaluación continua:** de las diferentes actividades desarrolladas para preparar la defensa oral y los materiales de apoyo necesario. Se valorará el avance y mejora en las habilidades comunicativas a través de la participación en las actividades programadas. Esta actividad supone un 20% Es recuperable en la segunda convocatoria.
- **Trabajo en grupo:** colaboración e integración en el equipo de trabajo, capacidad para saber defender los proyectos buscando el bien común, capacidad de crítica, reparto de tareas, implicación para conseguir diseñar una buena defensa oral. Supone el 40% de la nota. Es recuperable en la segunda convocatoria.



Evaluación en la segunda convocatoria.

La evaluación en segunda convocatoria se desarrollará del siguiente modo:

- **Evaluación continua:** de las diferentes actividades desarrolladas para preparar la defensa oral y los materiales de apoyo necesario. Se valorará el avance y mejora en las habilidades comunicativas a través de la participación en las actividades programadas. Esta actividad supone un 20% Es recuperable en la segunda convocatoria.
- **Trabajo en grupo:** colaboración e integración en el equipo de trabajo, capacidad para saber defender los proyectos buscando el bien común, capacidad de crítica, reparto de tareas, implicación para conseguir diseñar una buena defensa oral. Supone el 40% de la nota. Es recuperable en la segunda convocatoria.

Es imprescindible para el correcto desarrollo de la asignatura la asistencia y defensa oral de los proyectos a las jornadas CONTD organizadas por el máster. En caso de ser seleccionado al pitch interuniversitario organizado por À Punt es igualmente necesaria la asistencia y participación de todos los miembros del equipo. En caso de no asistencia, la nota máxima a la que el grupo o persona ausente puede optar será el aprobado (5).

Tanto en el examen como en el resto de pruebas, ejercicios o trabajos escritos se exigirá corrección ortográfica y gramatical. Cada falta comportará una reducción de la calificación obtenida, que puede llegar hasta el suspenso.

En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.

La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros), excepto si su utilización forma parte de los contenidos de la asignatura o está autorizada por el profesorado que la imparte.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias básicas

- Fernández Manzano, E. & Linares Palomar, R. (2014). *¡Echa el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia*. UOC, Barcelona.



- García Ramos, G. (2023). *Cómo hacer un pitch para radio y televisión*. Ed. Ocho y medio, Madrid.
- Kalff, O. (2011). *Pitch Anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal*. McGraw Hill, London.
- Morales, C. J. (2007). *Guía para hablar en público*. Alianza, Madrid.
- Santolalla, Ó. (2020). *Rock the tech stage: How the best speakers in tech present ideas and pitch products*. Apress L., Berkeley (CA).

Referencias complementarias

- Briz, A. (2008). *Saber hablar*. Aguilar, Madrid.
- De Castro, A. (2013). *Comunicación oral. Técnicas y estrategias*. Fundación Universidad del Norte, Barranquilla.
- Fernández, J. O. (2001). *La expresión oral*. Lumiere, Buenos Aires.
- García Serrano, F. (2009). *Las técnicas del pitching en el mercado audiovisual español: del caramelo al guión*. IBT, Valencia.
- Guix, X. (2004). *No me explico ni me entiendes*. Granica, Barcelona.
- Harrison, S. (2010). *Ideaselling: Successfully pitch your creative ideas to bosses, clients & other decision makers*. HOW Books, London.
- Hervás Hernández, G. (1998). *Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal*. Playor, Madrid.
- Merayo, A. (2012). *Curso práctico de técnicas de comunicación oral*. Tecnos, Madrid.