



## FITXA IDENTIFICATIVA

### DADES DE L'ASSIGNATURA

**Codi:** 43288  
**Nom:** Gestió comunicativa en el panorama audiovisual  
**Cicle:** Màster Universitari Oficial  
**Crèdits ECTS:** 6  
**Curs acadèmic:** 2025-26

### TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2253 - Màster Universitari en Continguts i Formats Audiovisuals	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Segon quadrimestre

### MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2253 - Màster Universitari en Continguts i Formats Audiovisuals	Gestió comunicativa en el panorama audiovisual	OBLIGATÒRIA

### COORDINACIÓ

CABRERA GARCIA-OCHOA YOLANDA

## RESUM

"Gestió comunicativa en el panorama audiovisual" és una assignatura de formació obligatòria del Màster en Continguts i formats audiovisuals i s'imparteix en el segon semestre.

En aquesta matèria es desenvolupen les habilitats comunicatives amb un enfocament pràctic pensat perquè l'alumnat conega i aplique les diferents fórmules de comunicació pública dels projectes audiovisuals, les estratègies de venda i màrqueting per a poder realitzar una defensa pública dels projectes davant els professionals del sector.

## CONEIXEMENTS PREVIS

### RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### ALTRES TIPUS DE REQUISITS



Aquesta assignatura no requereix coneixements previs.

## COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

Administrar les destreses adquirides en la projecció i construcció d'un disseny curricular coherent.

Analitzar i interpretar els nous llenguatges mediàtics associats a la multidifusió digital.

Integrar els continguts teòrics relacionats amb els llenguatges mediàtics utilitzats en el flux comunicatiu de continguts i formats audiovisuals de la societat de la informació en la praxi professional.

Interpretar l'estructura de l'empresa audiovisual, la dinàmica del mercat i la naturalesa dels diferents productes audiovisuals en els fluxos mediàtics emergents.

Planificar i crear estudis d'anàlisi i prospectiva de les tendències en el consum dels continguts i formats audiovisuals emergents en l'espai multidifusivo.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### 1. La defensa pública davant els agents de la indústria.

1.1 Els agents de la indústria.

1.2 Característiques del mercat audiovisual.

### 2. Conceptes, preparació, realització i organització del pitch.

2.1 Origen i definició del pitch.

2.2 Tipus de pitch.

2.3 Organització del pitch.



2.4 Venda del producte.

### **3. Estratègia i elements de diferenciació a transmetre. Com encarar les preguntes.**

3.1 El pitch com a estratègia comunicativa oral.

3.2 Tècniques d'expressió oral de comunicació pública.

3.3 Preparació de la presentació.

### **4. L'acompanyament visual, el dossier i el resum executiu.**

4.1 Material audiovisual.

4.2 El dossier escrit.

4.3 La resposta a las preguntes formulades.

### **5. Marketing i promoció dels continguts audiovisuals.**

5.1 Elements promocionals.

5.2 Estratègies de marketing aplicades al pitch.

### **6. Jornades professionals.**

6.1 Principals jornades professionals.

6.2 Taller preparatori per a pitch jornades CONTD.

### **Resultats d'aprenentatge:**

En aquesta matèria s'estudiaran les diferents fórmules de comunicació pública dels projectes audiovisuals, les estratègies de vendes i màrqueting i la gestió comunicativa davant el sector. La correcta defensa pública dels projectes davant els agents de la indústria és una de les claus de l'èxit d'un projecte audiovisual. Així mateix, s'ensenyarà a l'alumnat a planificar i elaborar un *pitch* i a dissenyar una estratègia de venda i promoció de continguts audiovisuals.

## **VOLUM DE TREBALL (HORES)**

## **ACTIVITATS PRESENCIALS**



Activitat	Hores
Seminari	30,00
Laboratori	30,00
<b>Total hores</b>	<b>60,00</b>

## ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	30,00
Estudi i treball autònom	20,00
Preparació de classes	10,00
Preparació d'activitats d'avaluació	20,00
Resolució de casos pràctics	10,00
<b>Total hores</b>	<b>90,00</b>

## METODOLOGIA DOCENT

### Activitats presencials

La docència presencial seguirà les següents metodologies:

- **Classes teòriques lliçó magistral participativa:** on s'expliquen els conceptes teòrics per a millorar les habilitats comunicatives de l'alumnat i conèixer les característiques dels processos de venda de projectes audiovisuals.
- **Resolució de casos pràctics** per a la preparació d'una defensa oral (*pitch*) davant de professionals del sector. Visionat i anàlisi de casos i exemples pràctics.
- **Desenrotllament de projectes:** enfocats al format *pitch* ajustat a les exigències i necessitats del mercat actual.
- **Debat o discussió dirigida:** per a dissenyar la millor estratègia de comunicació, màrqueting i promoció per a la venda de cada projecte.
- **Conferències d'experts:** que permeten il·lustrar els diferents tipus de *pitch* i com millorar la gestió comunicativa en l'entorn professional.
- **Grup de treball:** disseny de l'estratègia de defensa, escriptura de guió de continguts de discurs oral i desenrotllament de tots els elements necessaris per a la defensa del projecte grupal, inclosos els suports audiovisuals, escrits i promocionals.

### Activitats no presencials

L'alumnat desenrotllarà les següents activitats no presencials:



- **Elaboració de treballs individuals o en grup:** escriptura de guió de continguts de discurs oral i desenrotllament de tots els elements necessaris per a la defensa del projecte grupal, inclosos els suports audiovisuals, escrits i promocionals.
- **Estudi i treball autònom:** del guió elaborat i de les característiques i aspectes més rellevants del projecte per a poder respondre a les preguntes realitzades pels productors o el professorat que avalue els projectes en els diferents pitch realitzats.
- **Preparació d'activitats d'avaluació:** assistència als assajos i disseny dels materials de suport per a la defensa oral, realització de les lectures recomanades i visionat dels materials complementaris.

Esta assignatura té en compte especialment els següents Objectius de Desenvolupament Sostenible:

- ODS 4, Educació de qualitat. Meta 7, que l'alumnat adquirisca els coneixements teòrics i pràctics necessaris per a promoure el desenvolupament sostenible, els drets humans, la igualtat de gènere, la promoció d'una cultura de pau i no violència, la ciutadania mundial i la valoració de la diversitat cultural, i la contribució de la cultura al desenvolupament sostenible.
- ODS 5, Igualtat de gènere. Meta 1, posar fi a totes les formes de discriminació contra totes les dones i les xiquetes a tot el món.

## AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà el Reglament d'avaluació i qualificació de la Universitat de València per a títols de grau i màster, aprovat pel Consell de Govern el 30 de maig de 2017 (ACGUV 108/2017).

### Avaluació en la primera convocatòria.

L'avaluació en primera convocatòria es desenrotllarà del següent mode:

- **Assistència i participació:** a les sessions presencials i assajos programats almenys en un 80%. Participació activa en les dinàmiques de grup. Suposa el 40% de la nota. No és recuperable en la segona convocatòria.
- **Avaluació contínua:** de les diferents activitats desenrotllades per a preparar la defensa oral i els materials de suport necessari. Es valorarà l'avanç i millora en les habilitats comunicatives a través de la participació en les activitats programades. Aquesta activitat suposa un 20%. És recuperable en la segona convocatòria.
- **Treball en grup:** col·laboració i integració en l'equip de treball, capacitat per a saber defensar els projectes buscant el bé comú, capacitat de crítica, repartiment de tasques, implicació



per a aconseguir dissenyar una bona defensa oral. Suposa el 40% de la nota. És recuperable en la segona convocatòria.

### Avaluació en la segona convocatòria.

L'avaluació en segona convocatòria es desenrotllarà del següent mode:

- **Avaluació contínua:** de les diferents activitats desenrotllades per a preparar la defensa oral i els materials de suport necessari. Es valorarà l'avanç i millora en les habilitats comunicatives a través de la participació en les activitats programades. Aquesta activitat suposa un 20%. És recuperable en la segona convocatòria.
- **Treball en grup:** col·laboració i integració en l'equip de treball, capacitat per a saber defensar els projectes buscant el bé comú, capacitat de crítica, repartiment de tasques, implicació per a aconseguir dissenyar una bona defensa oral. Suposa el 40% de la nota. És recuperable en la segona convocatòria.

És imprescindible per al correcte desenrotllament de l'assignatura l'assistència i defensa oral dels projectes a les jornades CONTD organitzades pel Màster. En cas de ser seleccionat per al pitch interuniversitari organitzat per À Punt és igualment necessària l'assistència i participació de tots els membres de l'equip. En cas de no assistència, la nota màxima a la qual el grup o persona absent pot optar serà l'aprobat (5).

Tant en l'examen com en la resta de proves, exercicis o treballs escrits s'exigirà correcció ortogràfica i gramatical. Cada falta comportarà una reducció de la qualificació obtinguda, que pot arribar fins al suspens.

En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si és procedent, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.

L'honestetat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres), excepte si la seua utilització forma part dels continguts de l'assignatura o està autoritzada pel professorat que la imparteix.

## BIBLIOGRAFIA

### Referències bàsiques

- 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).

#### Referències complementàries

- 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.