



## Guía Docente

Workshop *Brand Licensing*

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2024-25

Los Workshops son actividades formativas que el 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	<p>Al ceder los derechos de uso de una marca/personaje/diseño, etc. registrado/a, a un fabricante de productos de consumo o a un proveedor de servicios, entra en juego el <i>brand licensing</i>, una potente herramienta de marketing que facilita al fabricante conectar con un público objetivo específico y llegar a él de manera diferenciada respecto su competencia.</p> <p>En este workshop introducimos al/a la alumno/a en el mundo de las licencias (un negocio que nos rodea) y la herramienta del <i>brand licensing</i> y sus posibilidades como solución a múltiples paradigmas; conocer los <i>players</i> principales, pros y contras, beneficios y riesgos, categorías de productos, ejemplos de campañas de comunicación con licencias de personajes, fenómenos del brand licensing, parámetros de un acuerdo de licencia, volumen de negocio (royalties) ¡y mucho más!</p>
Contenido	<p>Tema 1: Introducción al <i>Brand Licensing</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿Qué es el <i>Brand Licensing</i>?, Pros y contras, <i>players</i> principales, historia.</li> <li>✓ Ejemplos/Categorías de Licencias (marcas, personajes, moda...).</li> <li>✓ Categorías de productos para el <i>Licensing</i> (juguetes, moda, marketing promocional, publicidad/comunicación, <i>back to school</i>, etc.).</li> <li>✓ Beneficios y riesgos del <i>Licensing</i>.</li> <li>✓ <i>DTR Licensing</i>.</li> <li>✓ <i>Brand Licensing</i> vs <i>Brand Extension</i>.</li> <li>✓ <i>Co Branding</i> &amp; <i>Brand Licensing</i>.</li> <li>✓ El <i>Licensing</i> en cifras (volumen de negocio).</li> <li>✓ Ejemplos de fenómenos de <i>Licensing</i>.</li> <li>✓ Campañas de comunicación &amp; <i>Brand/character Licensing</i>.</li> <li>✓ Parámetros de un contrato de licencia y condiciones.</li> <li>✓ Aspectos legales: piratería, copias, etc.</li> </ul> <p>Tema 2: Consejos y herramientas para un correcto uso/explotación del <i>Brand Licensing</i> como herramienta de marketing desde la perspectiva de...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Propietario de la marca/personaje...</li> <li>✓ Agente/Intermediario de <i>Licensing</i> de la marca/personaje...</li> <li>✓ Fabricante de productos, servicio...</li> <li>✓ <i>Retailer</i>.</li> </ul>
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;"><b>EVALUACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.</li> </ul>

centre  
adscriuESCOLA SUPERIOR DE  
RELACIONS PÚBLIQUESUNIVERSITAT DE  
BARCELONA

- 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.*
- **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 <b>mínimo</b> en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos <b>EXCLUSIVAMENTE</b> si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	Desde la perspectiva de propietario de una marca/personaje/diseños-artes/contenido audiovisual, desarrolla un plan de explotación de <i>brand licensing</i> de tu marca/personaje/diseños-artes/contenido audiovisual, pasos previos, colaboradores que necesitas, calendario... Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un	Desde la perspectiva de fabricante de productos/servicios, desarrolla un plan de adquisición de licencia de una marca/personaje. Describe los	30%



	<b>máximo de 5</b> estudiantes. (obligatoria)	productos que desarrolla, target, canales de distribución, política de precios, selección de licencias, plan de marketing, calendario, lanzamiento adecuado... Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
<b>Bibliografía</b>	Stouffer Drenth, T, 2005, Licensing for Dummies, Hungry Minds.  Chiaravalle WA & Findlay Schenck B, 2015, Branding for Dummies, For Dummies John Wiley & Sons.  Battersby G & Simon D, 2018, BUSINESS OF LICENSING, Kent Press.  Michael Stone, 2018, THE POWER OF LICENSING, ANKERWYCKE.		