



Guía Docente

Workshop *Brand Licensing*

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

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 *Brand licensing*, 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.

En este *workshop* introducimos al alumnado en el mundo de las licencias (un negocio que nos rodea) y la herramienta del *brand licensing* y sus posibilidades como solución a múltiples paradigmas; conocer los *players* 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!

Contenido

Tema 1: Introducción al Brand Licensing.

- ✓ ¿Qué es el Brand Licensing?, Pros y contras, players principales, terminología e historia.
- ✓ Ejemplos/Categorías de Licencias (marcas, personajes, moda...).
- ✓ Categorías de productos para el Licensing (juguetes, moda, marketing promocional, publicidad/comunicación, back to school, etc.).
- ✓ Beneficios y riesgos del Licensing.
- ✓ Licensing IN & Licensing OUT.
- ✓ DTR Licensing.
- ✓ Brand Licensing vs Brand Extension.
- ✓ Co Branding & Brand Licensing.
- ✓ Ingredient & Brand Licensing.
- ✓ El Licensing en cifras (volumen de negocio).
- ✓ Ejemplos de fenómenos de Licensing.
- ✓ Campañas de comunicación & Brand/character Licensing.
- ✓ Parámetros de un contrato de licencia y condiciones.
- ✓ Aspectos legales: registros de marcas, copyright, piratería, copias, etc.

Tema 2: Consejos y herramientas para un correcto uso/explotación del Brand Licensing como herramienta de marketing desde la perspectiva de...

- ✓ Propietario de la marca/personaje... (Licensing OUT)
- ✓ Agente/Intermediario de Licensing de la marca/personaje... ... (Licensing OUT)
- ✓ Fabricante de productos, servicio... (Licensing IN)
- ✓ Retailer (Licensing IN)
- ✓ Ejemplos y Casos de Compañías que actúan como Licenciantes de marcas/personajes (Licensing OUT) y como Fabricantes/Licenciatarios de marcas/personajes (Licensing IN)

centre
adscriuESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUESUNIVERSITAT DE
BARCELONA

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.**

Sistema de
Evaluación

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	Desde la perspectiva de propietario/a 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	70%



		necesitas, calendario... Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	
	Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Desde la perspectiva de fabricante de productos/servicios, desarrolla un plan de adquisición de licencia de una marca/personaje. Describe los productos que desarrollas, 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.	30%
Bibliografía	Steven Ekstract & Stu Seltzer, 2025, Brand Licensing for Dummies, John Wiley & Sons. 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.		