



ESCUELA UNIVERSITARIA
DE ARTES @ *taiarts.com*
RECOLETOS-22 MADRID



Universidad
Rey Juan Carlos

Marca personal
GUÍA DOCENTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INTERPRETACIÓN AUDIOVISUAL
Curso 2025/2026

Identificación de la asignatura

<i>Periodo de impartición</i>	2º semestre
<i>Créditos</i>	6 ECTS
<i>Modalidad</i>	Presencial
<i>Idioma en el que se imparte</i>	Castellano
<i>Facultad</i>	Facultad de Artes Escénicas y Música
<i>Docente</i>	Ana Puerto; Juanma Falcón

Presentación de la asignatura

Descubrimiento de una marca personal propia y posicionamiento de la misma en la industria audiovisual. Desarrollo de estrategias de optimización de marca personal en función de los principales medios de comunicación o canales donde se conecte con el mercado audiovisual. Planificación y supervisión de los materiales de autopromoción que proyecten la marca personal, especialmente el *photobook* y el *videobook*. Gestión de la reputación.

Competencias

CB07	Que los 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.
CB08	Que los 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.
CG05	Evaluar, en el contexto de su especialidad, los avances tecnológicos, sociales y artísticos e interpretar su impacto en este ámbito.
CG06	Integrar los conocimientos adquiridos en los análisis sobre responsabilidades sociales y éticas vinculadas al ámbito de las artes escénicas.
CG07	Poner en práctica la creatividad y la capacidad de emprendimiento en proyectos personales relacionados con las artes escénicas y la interpretación.
CE05	Identificar y evaluar las vías para la promoción e inserción profesional mediante <i>casting</i> , <i>photobook</i> , <i>videobook</i> , así como la búsqueda de agente artístico y selección de oportunidades
CE14	Formular propuestas de comercialización audiovisual enfocadas a la promoción del actor/actriz.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, cada estudiante deberá ser capaz de:

1. Identificar lo que le hace diferente. Definir el 'regalo'. Aplicar a la creación de la marca personal [*one's niche*]
2. Reconocer los pasos a seguir para crear la paleta necesaria en la venta del producto en los distintos medios.
3. Adquirir eficiencia en la presentación a los medios de difusión.

4. Crear una comunicación comprometida que facilite el vínculo con las artes escénicas.
5. Detectar y evaluar lo que funciona individualmente para la creación del *personal branding*.
6. Crear una presentación coherente y aplicable de lo aprendido.
7. Conseguir crear un mapa de dónde se empieza y a dónde se desea llegar.

Metodología docente

<i>MD1</i>	Impartición de clases teóricas.
<i>MD2</i>	Impartición de clases prácticas.
<i>MD3</i>	Talleres de resolución de problemas y discusión de resultados.
<i>MD8</i>	Talleres de debate de casos prácticos.

Contenidos

<i>Temario</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qué es la marca personal. 2. Definición de objetivos. 3. Inspiración de otras marcas artísticas. 4. Descubrimiento de lo que hace a cada artista especial y auténtico. 5. Análisis de mercado. Identificación de la audiencia. 6. Elaboración de un plan de acción. 7. Herramientas y recursos. 8. Análisis de casos de éxito. 9. Estudio del Photobook, Selftape y Casting. 10. Selección de secuencias y seguimiento del montaje de videobook.
----------------	--

Actividades formativas

<i>AF1</i>	Participación y asistencia a clases teóricas y teórico-prácticas.	18 horas
<i>AF2</i>	Realización de ejercicios y prácticas en el aula.	25,5 horas
<i>AF7</i>	Realización de prácticas en aula informática.	4,5 horas
<i>AF8</i>	Realización de actividades de apreciación artística: asistencia a seminarios, visitas a exposiciones o visionado de obras visuales/audiovisuales.	102 horas

* La distribución de horas entre las actividades formativas puede sufrir cambios debido a necesidades académicas del curso, del grupo y/o del equipo docente.

Evaluación

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN

ASISTENCIA

Las clases son de carácter presencial y su asistencia es obligatoria, siendo esta determinante en el sistema de evaluación continua, y en la actitud y la participación en clase. No obstante, por situaciones excepcionales de salud o de conciliación familiar, el alumnado podrá solicitar el acceso online por adaptación metodológica (para más información contactar con el departamento de estudiantes).

CALIFICACIÓN

El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el/la estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si la/el estudiante desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría Académica, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN

La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS

Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un/una estudiante copia el trabajo de otro/a, ambas personas se considerarán responsables.

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

EVALUACIÓN ORDINARIA

El equipo docente indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Aula Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación.

Los trabajos que no se entreguen/presenten en los plazos establecidos por el equipo docente serán calificados con una nota de 0.

<i>Pruebas (*)</i>	<i>Reevaluable/no reevaluable</i>	<i>Nota mínima si/no</i>	<i>Ponderación en %</i>
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas)	Reevaluable	Sí	35%
SE2 Valoración de trabajos y proyectos aplicados	No reevaluable	Sí	10%
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales e informes periódicos.	No reevaluable	Sí	15%
SE4 Evaluación de la resolución de problemas y actividades prácticas.	Reevaluable	Sí	30%
SE5 Actitud en clase y participación en los debates.	No reevaluable	Sí	10%
			100%

(*) De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la Secretaría Académica (escritos, grabaciones...).

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los/las estudiantes que no superen la asignatura en el semestre en que se imparte dispondrán de una convocatoria extraordinaria para su superación, excepto en aquellos supuestos en los que no resulte posible por las características especiales de la asignatura.

La/el estudiante realizará o entregará las pruebas de evaluación que el equipo docente estime oportunas y de las que habrá sido informado previamente. El equipo docente se reserva el derecho a decidir si se mantienen las calificaciones de Sistemas de Evaluación en que el/la estudiante haya obtenido una calificación superior a 5 a lo largo del curso académico.

REVISIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del Alumnado de TAI.

Recursos didácticos

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Básica

Pérez Ortega, A. (2018). *Marca personal. Cómo convertirse en la opción preferente*. ESIC Editorial.

Renata, C., (2019). *The Actor's guide to self-marketing – How to brand and promote your unique image*. Ed. Allworth Press.

Recomendada:

Chapman, L., (2020). *El Coraje del Actor. Guía para trabajar en Hollywood y no enloquecer en el intento*. Círculo Rojo editorial.

Ferrazzi, K., (2014). *Never Eat Alone and Other Secrets to Success. One Relationship at a Time*. Random House.

Gillespie B., (2014). *Self-Management for Actors - Fourth Edition*. Cricket feet Publishing.

Pease, A., (2004). *The definitive Book of Body Language*. Batan Dell.

SITIOS WEB DE INTERÉS

Dean, H. *Social Media for Actors*. YouTube.

<https://www.youtube.com/channel/UCQbWGS7gArlqNUauOe1ZT4w>

Cuddy, A. *El lenguaje corporal moldea nuestra identidad*. YouTube. https://youtu.be/Ks-_Mh1QhMc

Ajayi, L. *Awesomely Able: The Power of Blogging, Writing, and Social Media*. YouTube.

<https://youtu.be/N-VflvrqgdM>

Somos AISGE. YouTube. <https://www.youtube.com/channel/UCQuIGTBWkrtydVvU5pE8L6Q>

Casting Workbook en español. YouTube. :

https://www.youtube.com/channel/UCL37qPN7QiRwOL_zyqPdT2w

VISITAS, MÁSTER CLASSES, EVENTOS O TALLERES ADICIONALES

Se comunicarán a lo largo del curso.