



## PRESENTACIÓN

**Breve descripción:** Incorporar la visión de marketing estratégico necesaria para aumentar la competitividad y sostenibilidad de las empresas de comunicación.

- **Titulación:** Máster Universitario en Gestión de Empresas de Comunicación
- **Módulo/Materia:** 2. Funciones, procesos y estrategias / 2.1 Gestión de Contenidos
- **ECTS:** 2
- **Curso, semestre:** 2
- **Carácter:** Obligatorio.
- **Profesorado:** José María Irisarri, Francisco Iniesta Ramos
- **Idioma:** Castellano
- **Aula, Horario:** Aula 4. Viernes de 15:15h a 21:00h y sábado de 09:00h a 13:30h.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

### CONOCIMIENTOS

**CTO-CE5** - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del funcionamiento de los Mercados - desarrollo y funcionamiento de los mercados de recursos, bienes y servicios en el campo de las empresas de comunicación.

**CTO-CE7** - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la financiación - las fuentes, usos y gestión de las finanzas, el uso de la contabilidad y otros sistemas de información para las aplicaciones de gestión y para la valoración de los estados financieros.

**CTO-CE111**- Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de las tecnologías de la información (TIC) – la comprensión y el uso de las TIC para su aplicación en los negocios, y la comprensión de su impacto en los distintos mercados de la comunicación.

### HABILIDADES

**HAB-CB9** - Que los 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.

**HAB-CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.



**HAB-CG2** - Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.

**HAB-CG3** - Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.

**HAB-CG9** - Ser capaz de utilizar las herramientas digitales básicas para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.

## CAPACIDADES

**CAP-CB7** - 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.

**CAP-CB8** - 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.

**CAP-CG1** - Ser capaz de integrar conocimientos avanzados sobre un tema y para hacer frente a la resolución de problemas complejos.

**CAP-CG4** - Ser capaz de realizar eficazmente procesos de análisis, síntesis, crítica y autocrítica, aplicados a la comprensión de conocimientos y problemas complejos.

**CAP-CG5** - Ser capaz de valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.

**CAP-CG6** - Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.

**CAP-CG7** - Ser capaz de buscar y gestionar información relevante para adaptarse con flexibilidad a nuevas situaciones y cambios.

**CAP-CG10** - Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.

**CAP-CG11** - Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.

**CAP-CG12** - Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

**CAP-CG13** - Ser capaz de apreciar el conocimiento de otras culturas y costumbres, y valorar la diversidad multicultural y la habilidad para trabajar en un contexto internacional.

**CAP-CG15** - Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.



Universidad  
de Navarra

**CAP-CE14-** Ser capaces de pensar críticamente y de ser creativos: la gestión de los procesos creativos en sí mismos, así como de organizar, analizar, sintetizar ideas, y evaluar propuestas de gestión críticamente.

## PROGRAMA

**Francisco Iniesta:**

1. Comercializar una innovación. **Aqualisa Quartz: Simply a Better Shower (502-030)**
2. Investigación comercial para el relanzamiento de un producto. **Planters Nuts (516-004)**
3. El producto como plataforma. **Angie's List: Ratings Pioneer Turns 20 (517-016)**
4. Comunicación online-offline en productos digitales. **Hubble Contact (519-011)**
5. Ciclo de vida y monetización de productos digitales. **Othellonia: Growing a Mobile Game (520-016)**

**José María Irisarri:**

- **Sesión 1 (16/5):** Caso Oprah (Estrategia de explotación de marcas personales).
- **Sesión 2 (16/5):** Ana Brito (Influencer, "El Show de Briten" más de 500.000 seguidores, colaboradora en programas de TV y eventos).
- **Sesión 3 (17/5):** Caso El Rey León (Estrategia de explotación de marcas múltiples).
- **Sesión 4 (17/5):** Stefano Torrisi (Managing Director Warner Bros. Internacional Television Production Spain and Portugal).
- **Sesión 5 (23/5):** Julia Gómez Cora (CEO de Stage cuando se estrenó el Rey León).
- **Sesión 6 (24/5):** Conferencia estrategia de productos audiovisuales.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales. 75 horas. 100% presencialidad.

Discusión de casos 75 horas. 100% presencialidad.

Trabajo individual 162.5 horas. 0% presencialidad.

Reuniones de grupo. 75 horas. 0% presencialidad.

Tutorías. 5 horas. 100% presencialidad.

Seminarios. 20 horas. 100% presencialidad.

Evaluación. 37.5 horas. 100% presencialidad.

## EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA

**Francisco Iniesta:**

70% intervención en clase.



Universidad  
de Navarra

30% trabajos y casos.

**José María Irisarri:**

70% intervención en clase.

30% trabajos y casos.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- A concretar con el alumno de forma individual.

#### HORARIOS DE ATENCIÓN

**Francisco Iniesta** ([finiesta@iese.edu](mailto:finiesta@iese.edu))

- Horario de tutoría: A concretar por correo. Edificio Alumni. Universidad de Navarra.

**José María Irisarri** ([jmi@onza.tv](mailto:jmi@onza.tv)).

- Horario de tutoría: A concretar por correo. Edificio Alumni. Universidad de Navarra.

#### BIBLIOGRAFÍA