



PRESENTACIÓN

Nos situamos ante un escenario económico y profesional volátil, digital e híper especializado que demanda respuestas ágiles, omnicanales y personalizadas, acordes con las preferencias de cada usuario.

La **industria cultural**, la **administración pública**, el **sector educativo** y la **empresa privada** no son ajenos a esta realidad. Sus directores, programadores, *managers* de equipo y técnicos gestores requieren habilidad en el **diseño y despliegue de técnicas de discurso estratégico** y agilidad en el manejo de **nuevos soportes interactivos** que fomenten la visibilidad e interacción con los **contenidos** expuestos en **entornos online**.

Esta **asignatura teórico - práctica** plantea un **enfoque profesionalizante** para ayudar al estudiante a:

- Comprender la importancia de la **comunicación estratégica**;
- Descubrir **nuevos escenarios, enfoques y técnicas de comunicación**;
- Practicar la **ideación, diseño y ejecución de proyectos digitales**;
- Conocer de primera mano **experiencias reales** contadas por sus protagonistas.

En una época en la que todo nos incita constantemente a estar conectados, esta asignatura nos lleva a **mirar el mundo digital con un ojo crítico**.

Nota: "**Estrategias de discurso en el emprendimiento digital**" se relaciona con "[Transformación Digital](#)" (se imparte en el primer cuatrimestre del curso académico 2025 - 2026). Ambas asignaturas son independientes y se complementan para favorecer, desde las disciplinas humanísticas, el **estudio crítico del impacto de la digitalización en la sociedad contemporánea**. No se requieren conocimientos previos del alumno.

- **Titulación:** Grados en Historia; Filosofía; Filosofía, Política y Economía; Lengua y Literatura Españolas.
- **Módulo/Materia:**
 - *Grado en Historia:* Módulo IV: Formación específica y complementaria; Materia 1: Formación específica y complementaria.
 - *Grado en Filosofía:* Módulo V: Formación complementaria y Claves del mundo actual; Materia 1: Formación complementaria y especialización profesional.
 - *Grado en Filosofía, Política y Economía:* Módulo IV: Formación complementaria; Materia 1. Formación específica complementaria.



Universidad de Navarra

- *Grado en Lengua y Literatura Españolas*: Módulo V: Formación complementaria; Materia 1: Formación complementaria.
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 2º semestre.
- **Carácter**: Optativo.
- **Profesorado**:
 - Responsable de asignatura y docencia: Andrés Sáenz Magdalena.
 - Responsable de actas: Santiago de Navascués.
- **Idioma**: Español.
- **Aula**: Edificio Central. Aula 35.
- **Horario**: Viernes. 15:00 - 16:30.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Grado en Historia

CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG1. Conocer la estructura diacrónica general del pasado, y tener conciencia crítica de la relación entre los acontecimientos y procesos actuales y el pasado.

CG2. Comprender los antecedentes históricos, culturales o nacionales de los distintos pueblos y culturas.

CG3. Organizar la información y conocimientos históricos de manera coherente.

CG4. Utilizar apropiadamente las fuentes de información, recursos, métodos y terminología propios de la historia.

CG5. Interrelacionar el medio físico con las realidades políticas y sociales, valorando el papel del ser humano en la transformación del espacio.

CG6. Reconocer en las realidades históricas elementos útiles para afrontar retos de la sociedad actual.



Universidad de Navarra

CE1. Conocer la Historia en todas sus vertientes (política, económica, social, cultural), y los grandes procesos de cambio y continuidad de los períodos o épocas en que se viene secuenciando: Prehistoria, Antigua, Medieval, Moderna y Contemporánea.

CE2. Conocer la historia europea y del mundo occidental en una perspectiva comparada e integrada.

CE3. Conocer la historia hispana y del mundo hispánico.

CE4. Conocer el entorno geográfico, histórico, social, cultural y artístico más próximo.

CE5. Tener una perspectiva comparada de la historia local, nacional, propia y europea.

CE6. Usar las técnicas específicas necesarias para estudiar documentos originales históricos.

CE7. Conocer los temas y problemas del debate historiográfico de nuestros días.

CE9. Conocer de modo sistemático e integrado las manifestaciones artísticas, la teoría y el pensamiento estético.

CE10. Conocer el patrimonio cultural como recurso socioeconómico para el desarrollo sostenido de las sociedades contemporáneas.

CE15. Interpretar y elaborar información por medio de cartografía.

CE16. Organizar, manejar e interpretar información estadística en el ámbito geohistórico.

CE17. Conocer las claves culturales y del pensamiento a lo largo de la historia.

CE18. Conocer los principales períodos, movimientos y autores de la literatura universal occidental.

Grado Filosofía

CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.



Universidad de Navarra

CG1. Organizar el conocimiento filosófico complejo de manera coherente en su interrelación con áreas especializadas dentro de la propia filosofía y con otras ciencias: naturales, humanas y sociales.

CG2. Poseer hábitos de pensamiento riguroso, capacidad de síntesis, orden y claridad, discusión razonada y reflexión crítica.

CG5. Mantener un compromiso ético y solidario en las tareas universitarias.

Grado en Filosofía, Política y Economía (PPE)

CG3. Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural, política, social y económica.

CG4. Expresar conocimientos e ideas de manera oral y escrita, con rigor, orden y creatividad, que aborden cuestiones y retos de la coyuntura económica, política, social y cultural de nuestra sociedad.

CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CE1. Identificar y analizar los elementos más significativos que conforman las diferentes realidades sociales para interpretarlas desde un enfoque sistémico, que integre las áreas de conocimiento del Grado (filosofía, política y economía).

CE2. Valorar la complementariedad y la contribución particular de la filosofía, la política y la economía en la interpretación de la realidad social.

CE3. Valorar y contrastar las distintas teorías políticas, económicas, o sociológicas que explican la organización particular de las sociedades contemporáneas.

CE4. Identificar cuestiones filosóficas de fondo implícitas en los debates abiertos actualmente en los ámbitos sociales de la cultura, la ciencia, la tecnología, la economía, el derecho, la política, y los medios de información y comunicación.

Grado en Lengua y Literatura Españolas



Universidad de Navarra

CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

PROGRAMA

I. SOCIEDAD Y CULTURA DIGITAL

- Culturas digitales.
- Los nuevos paradigmas de la comunicación.
- Trastornos de información. *Haters* y *fakenews*: pautas de verificación.

II. FUNDAMENTOS DE IA GENERATIVA. APLICACIONES Y RECOMENDACIONES

- Aproximación a la IA y a la IAG.
- LLMs y NLP. Un nuevo modelo de interacción humano - máquina.
- Aplicaciones enriquecidas con herramientas de IA generativa.
- Bots, copilotos y agentes.
- Hacia una sociedad digital, sostenible y responsable.
- Recogida, tratamiento y gobernanza de datos.
- Técnicas de *prompting*.

III. USO ESTRATÉGICO DEL LENGUAJE Y FORMAS DE EXPRESIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

- Comunicación en entornos corporativos y digitales.
- Discurso disruptivo en la red: oportunidad para las marcas.
- Identidad, imagen, reputación y publicidad corporativa. Responsabilidad Social Corporativa.

IV. ESCENARIOS, ENFOQUES Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

- La narrativa multimedia en el contexto actual.
- *Storytelling*: Contar historias emocionantes, originales y memorables.
- Hipertexto. Recorrido digital.
- Proyectos digitales - proyectos interactivos según propósito: ficción, información, educación, marketing, turismo / cultura. Recomendaciones (ideación, prototipado, elaboración y análisis de resultados). Propiedad intelectual y derechos de autor.
- Multiplataforma, *crossmedia* y *transmedia*. Una aproximación.



- Presentaciones orales inspiradoras: cómo conectar con el público.

V. RECURSOS DIGITALES

- Aplicaciones:
 - Eventos en *streaming* / *webinars*.
 - *Podcasts*.
 - Infográficos.
 - *Customer journeys*: e-mail, *landing page*, formularios.
 - Recursos en video.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Resumen:

- Clases expositivas: 30 h. presenciales.
- Actividades dirigidas: 22 h.
- Tutorías: 1 h.
- Evaluación: 2 h.
- Estudio personal: 20 h.

Metodología docente:

Las **clases teóricas** se desarrollan **un día a la semana** (viernes: 15.00 - 16.30) a lo largo del segundo cuatrimestre del curso académico 2025 - 26.

- Las **tareas** que el alumno debe completar en esta asignatura son las siguientes:
 - a. Asistir a las clases (30 horas).
 - b. Realizar fuera del aula las actividades que se establezcan periódicamente, según el calendario de la asignatura (22 horas). Estos contenidos seleccionados por el profesor ayudarán a introducirse en la materia y a participar activamente en las sesiones y debates del aula.
 - c. Estudio personal: Estudiar la materia explicada por el profesor en clase, aplicando la teoría en tareas prácticas y tomando como modelo el análisis realizado en el aula o los materiales que se propongan en la asignatura (20 horas).
 - d. Acudir a las tutorías establecidas (1 hora).
 - e. Realizar las pruebas evaluables que se exigen para la asignatura y presentarse al examen final (2 horas).

Uso responsable de herramientas de IA generativa.

En esta asignatura el uso de herramientas de generación de contenido de IA está permitido y será una parte normal y regular del proceso de aprendizaje. Estas aplicaciones ayudan a generar ideas, explorar posibles respuestas a preguntas o problemas, o a revisar y optimizar contenidos ya trabajados. Siempre que se utilicen debe incluirse un párrafo que explique qué herramienta/s de generación de contenido de IA se ha utilizado, el motivo para usarla, y el diálogo mantenido a través del interface.

En todos los casos, los estudiantes citarán convenientemente como fuente las herramientas de IA. Se incluirá un apéndice que muestre: (a) una descripción precisa de las herramientas de IA que se han utilizado; (b) todo el diálogo con el interfaz de la IA, destacando las



secciones más relevantes; (c) una explicación acerca de cómo se han empleado las herramientas de IA; (d) una explicación de por qué se ha recurrido a ellas. Es importante que el profesor comprenda el proceso creativo en que se transformaron sus órdenes en el resultado final. Si necesita ayuda, contacte a través de la dirección asmagdalen@external.unav.es

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La asignatura, en convocatoria ordinaria (15/05/2026), se evaluará siguiendo los siguientes criterios:

I. Asistencia a clase y participación activa en el aula: 10% de la calificación global. Se acreditará con la firma personal de la hoja de asistencia que se distribuirá en cada clase.

II. Trabajo individual (*memoria de aula*) y participación activa en el aula (lecturas, debates, proyecto de aula, entregables a través de ADI...): **30%**.

MUY IMPORTANTE: La práctica es una actividad de evaluación. Supone cumplir con una serie de premisas: **originalidad** (no plagio y citación correcta de las fuentes consultadas); cumplimiento del **plazo** de entrega y **cuestiones académicas** (adecuación, corrección, coherencia argumentativa, cohesión, etc.). **No se aceptará ninguna práctica fuera de plazo. La entrega se realizará exclusivamente a través de ADI.** Huso horario: España (peninsular). El detalle completo está accesible en la actividad de entrega, disponible en la sección "*Práctica. Proyecto Digital*" del área interna del ADI de la asignatura.

III. Examen: 60% de la calificación global.

• **Carácter teórico práctico:**

- Preguntas cortas (conceptos clave, características, tendencias...).
- Contenido multimedia (video, podcast, infografía, post, artículo...) para analizar y relacionar con los conceptos tratados en el aula.
- Noticias / cuestiones de actualidad. Comentario / ensayo personal.

• **Cuestiones académicas:**

- Redacción clara y concisa.
- Sintaxis y ortografía.
- Madurez reflexiva.
- Creatividad expositiva.

IMPORTANTE:

- Para promediar todas partes de la calificación final se deberá obtener una nota mínima de un **CUATRO SOBRE DIEZ** en el examen de la asignatura en convocatoria ordinaria.
- Si la calificación del examen queda por debajo de un **CUATRO**, invalida el resto de las partes y esa será la calificación que constará en el acta.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA



- En caso de tener que realizar el examen en la **convocatoria extraordinaria (25 de junio de 2026 - (16:00) -)**, el examen supondrá el 100% de la calificación final. No se conservan calificaciones de la convocatoria ordinaria.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Prof. Andrés Sáenz Magdalena.

- **Asesoramiento presencial:**
 - Viernes, de 12.00 a 14.00 h.
 - Se requiere cita previa por correo electrónico (asmagdalen@external.unav.es).
 - Lugar: a convenir.
- **Asesoramiento remoto: a través de Google Meet.**
 - Fecha y hora a convenir entre profesor y estudiante.
 - Se requiere cita previa por correo electrónico (asmagdalen@external.unav.es)

BIBLIOGRAFÍA

No existe un manual específico de la asignatura.

Se acompañarán las explicaciones de los contenidos propuestos en la *Guía Docente* con recursos adicionales seleccionados por el profesor, tales como artículos, noticias, podcasts, píldoras de vídeo o infografías. Estarán disponibles para los alumnos en la sección " *Materiales Docentes*" del área privada de la asignatura.

Como lecturas complementarias se proponen las siguientes referencias bibliográficas:

- Aparici. (2009). *La imagen: análisis y representación de la realidad* (1a ed.). Gedisa. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Argenti, González-Besada, J. L., Ancos, M. de, & Vicente, I. (2014). *Comunicación estratégica y su contribución a la reputación* (1a ed.). LID. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Costa Sánchez, & Piñeiro Otero, T. (2014). *Estrategias de comunicación multimedia* (Vol. 287). Editorial UOC. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Cufari. (2020). *Storytelling y copywriting: cómo contar la historia de tu empresa*. Anaya Multimedia. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Donovan, Deza, G., & Donovan, J. (2016). *Método Ted para hablar en público: los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo* (Nueva ed. rev y amp.). Ariel. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Dowd, T., Niederman, M., Fry, M., & Steiff, J. (2013). *Transmedia: one story--many media*. Focal Press. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Gallo. (2016). *Hable como en TED: nueve secretos para comunicar utilizados por los mejores* (1a ed.). Conecta. [Localízalo en la Biblioteca](#)



Universidad de Navarra

- Guillén Pastor, J. L. (2023). Florecimiento humano en la era de la inteligencia artificial: educación para la felicidad en el mundo de hoy y del mañana (Primera edición: 2023). EUNSA. [Localízalo en la Biblioteca](#).
- Liberos, E., Ahumada Luyando, S., & Sánchez Ahumada, M. (2024). Inteligencia artificial para el marketing: cómo la tecnología revolucionará tu estrategia. ESIC. [Localízalo en la Biblioteca](#).
- Manning, C. D., & Schèutze, H. (1999). Foundations of statistical natural language processing. MIT Press. [Localízalo en la Biblioteca](#).
- Martínez Solana. (2004). *La comunicación institucional: análisis de sus problemas y soluciones*. Fragua. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Medina Aguerrebere. (2014). *Marca y comunicación empresarial*. Editorial UOC. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Núñez Ladevéze, L. (2015). Periodismo en la red: géneros, estilos y normas (1a ed.). Universitas. [Localízalo en la Biblioteca](#).
- Orihuela, & Santos, M. L. (1999). *Diseño de comunicación digital: concepción y desarrollo de proyectos interactivos*. [s.n.]. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Orihuela. (2021). *Culturas digitales: Textos breves para entender cómo y por qué internet nos cambió la vida*. Ediciones Eunate. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Parratt-Fernández, S. F., Mayoral Sánchez, J., Chaparro Domínguez, M. Á., & Hermida, A. (2024). Periodismo e inteligencia artificial : aplicaciones y desafíos profesionales (10ª edición: Salamanca (España), 2024). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. [Localízalo en la Biblioteca](#).
- Peña Jiménez, Pacheco Rueda, M., & Martínez Pastor, E. (2012). *Comunicación institucional y política* (Peña Jiménez, M. Pacheco Rueda, & E. Martínez Pastor, Eds.). Editorial Fragua. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Podnar. (2015). *Corporate communication: a marketing viewpoint*. Routledge, Taylor & Francis Group. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Porter, M., González, P., & Gaspar, A. (1994). *Las claves del cine y otros medios audiovisuales* (1a ed.). Planeta. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Riaño. (2022). *Todo sobre podcast: edición 2022-2023* (Séptima edición, abril de 2022). TodoSobrePodcast.com. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Romero Gualda, M. V., & Betés Rodríguez, K. (2011). *Lenguaje publicitario: la seducción permanente* (1a ed., 2a imp.). Ariel. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan (1a ed.). Deusto. [Localízalo en la Biblioteca](#).
- Simone, R., & Rodríguez Reina, M. del P. (1993). Fundamentos de lingüística (1a ed.). Ariel. [Localízalo en la Biblioteca](#).
- Sotelo Enríquez. (2007). *Introducción a la comunicación institucional* (1a ed., reimpr.). Ariel. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Timpano, & Jiménez López, E. (2021). *25 cosas que ojalá hubiera sabido antes de comenzar mi podcast*. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Tordera Yllescas, J. C. (2012). *El abecé de la lingüística computacional*. Arco /Libros. [Localízalo en la Biblioteca](#)
- Zubiaur Carreño, F. J. (2008). *Historia del cine y de otros medios audiovisuales* (3a ed. amp.). EUNSA. [Localízalo en la Biblioteca](#)