Universidad de Navarra

Gestión de contenidos creativos (MGEC)
Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: Valoración con criterios de calidad los contenidos de los medios. Entender la actividad comercial de la gestión de contenidos y gestionar con eficacia la cadena de valor.

- **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**: Jorge Marirrodriga, Blanca Formáriz, Ana Ormaechea, Jéssica Ortiz, Isabela Ferreira.
- **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.

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

Gestión de contenidos

Bloque 1

Introducción

Definición

Aplicación a los Medios

Antecedentes

La Gestión de contenidos en la revolución digital

Los nuevos actores

Las nuevas amenazas

La irrupción de la IA en la gestión de contenidos

Bloque 2

Parámetros:

Propósito

Objetivo

Coste

Beneficio

Monetización

Bloque 3

Criterios de producción

Viejas y nuevas fórmulas

Factores que intervienen en la toma de decisiones

Ventajas e inconvenientes de la automatización de los procesos

Bloque 4

Bidireccionalidad

Campo de actuación

Evolución on time

Feedback y audiencias

Analítica

La postgestión

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales. 15 horas. 100% presencialidad.

Trabajo individual o en grupo 35,8 horas. 0% presencialidad.

Metodologías docentes

Clases expositivas

Universidad de Navarra

Discusión de casos

Lectura y trabajo individual de los casos y del material de estudio

Preparación y realización de trabajos

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La nota final corre a cargo del profesor Jorge Marirrodriga de la siguiente forma:

La asignatura será evaluada mediante la presentación de un ensayo de 1.500 palabras cuyo tema se determinará en la primera sesión y la participación individual en las sesiones

40% participación

60% trabajo

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

A concretar personalmente con el alumno.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Cita a concretar por correo: Dr. Jorge Marirrodriga. (jorgemgiron@gmail.com)

Edificio: Sede de Posgrado Universidad de Navarra (Madrid)

Despacho: Sala de reuniones.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada.

Eito-Brun, Ricardo. Gestión de contenidos. UOC Localízalo en la biblioteca (Versión electrónica)

Mendal Escario, Hector. Gestión de contenidos digitales IFCD009PO. IC Editorial

Salaverría Ramón. Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Localízalo en la biblioteca