UNIVERSIDAD AUSTRAL | ESCUELA DE POSGRADOS EN COMUNICACIÓN

Maestría en Negocios de Medios y Contenidos

Carrera acreditada por CONEAU con calificación A
(Resolución RESFC-2024-15-APN-CONEAU#MCH)

INICIO: 2027

QS WORLD UNIVERSITY RANKINGS

#1 de gestión privada de Argentina
Reconocimiento por 7mo año consecutivo

Maestría en

Negocios de Medios y Contenidos

Estrategia y gestión para desarrollar negocios de medios y contenidos.

PRESENTACIÓN

La Maestría forma profesionales para dirigir y desarrollar negocios de medios y contenidos, conectando las decisiones creativas y editoriales con la estrategia, las audiencias y la viabilidad económica. Ofrece una mirada de gestión para evaluar qué contenidos producir, cómo distribuirlos, de qué manera generar ingresos y dónde concentrar los recursos de una organización o un proyecto.

El recorrido combina un núcleo común de negocios y estrategia con materias optativas en narrativas para marcas y comunicación audiovisual, seminarios de actualización tecnológica y regulatoria, formación ética y un Trabajo Final de Maestría de aplicación profesional a realizar dentro de nuestro laboratorio de innovación en medios y contenidos. Esta estructura permite ampliar la capacidad de decisión y, al mismo tiempo, profundizar en un campo afín a la trayectoria y los intereses de cada participante.

DESTINATARIOS

Está dirigida a profesionales de medios, plataformas, productoras, agencias y marcas que participan en decisiones de contenido, producto o negocio y buscan asumir mayores responsabilidades de dirección. También convoca a emprendedores, consultores y profesionales independientes con experiencia en el sector que necesitan evaluar o desarrollar nuevas iniciativas.

Resulta especialmente pertinente para quienes trabajan en estrategia, programación, producción, distribución, marketing, desarrollo comercial o conocimiento de audiencias y quieren comprender cómo se relacionan esas funciones.

Inicio	Abril 2027
Modalidad	A elección
Carga horaria	660 horas
Duración	18 meses

CAPACIDADES QUE DESARROLLA

- Interpretar la economía y la competencia del sector para definir una propuesta de valor y orientar decisiones estratégicas.
- Articular portfolio, producción y distribución con las necesidades de las audiencias y los objetivos del negocio.
- Evaluar fuentes de ingresos, oportunidades de crecimiento y la viabilidad de iniciativas de contenidos.
- Convertir información de audiencias y desempeño en criterios para decidir y asignar recursos.
- Integrar criterios narrativos, éticos y regulatorios al desarrollo y la gestión de proyectos.

DENOMINACIÓN Y TÍTULO

Maestría en Negocios de Medios y Contenidos es la denominación comercial de la Maestría en Gestión de Contenidos de la Universidad Austral. Título otorgado: Magíster en Gestión de Contenidos. Carrera acreditada por CONEAU con categoría A, según Resolución RESFC-2024-15-APN-CONEAU#MCH.

DIRECCIÓN ACADÉMICA



Mag. Carolina Bertoni

Carolina Bertoni es Magíster en Gestión de Contenidos (Universidad Austral) y posee especializaciones de posgrado en Marketing Estratégico (Wharton) e Inteligencia Artificial (MIT). Como investigadora del Media Management Lab de la Universidad Austral, su trabajo se centra en el impacto de la inteligencia artificial en los modelos de negocio de los medios. Bertoni también se desempeña como consultora independiente, asesorando en negocios de contenidos digitales y estrategias de marketing digital, con más de 20 años de experiencia profesional en empresas líderes del sector digital (por ejemplo, Google/YouTube).

ARQUITECTURA ACADÉMICA

La propuesta comprende 500 horas de cursada online y trabajos asincrónicos, y 160 horas de Trabajo Final bajo la supervisión del Laboratorio de Innovación. Las 500 horas se distribuyen en 270 hs de materias obligatorias y 230 de materias optativas. Las materias obligatorias se cursan martes y jueves de 18.00 a 21.00 h.

Componente	Horas	Composición
Formación obligatoria - Negocios de Contenidos	200	Cinco módulos de 40 horas
Formación obligatoria complementaria	70	Ética y dos seminarios de actualización
Formación electiva	230	Recorrido individual de profundización
Trabajo Final Integrador / Laboratorio de Innovación	160	Desarrollo del trabajo y laboratorio
Total	**660**	**500 de cursada y 160 de Trabajo Final**

■ Materia obligatoria ■ Materia optativa

CINCO MÓDULOS OBLIGATORIOS DE 40 HORAS

■ **Dirección Estratégica de Medios y Contenidos** | *40 horas*

Analiza la economía del sector, sus cadenas de valor y la competencia entre medios, plataformas, streaming y creadores. Trabaja sobre posicionamiento, propuesta de valor y transformación organizacional. Aporta criterios para reconocer oportunidades, evaluar riesgos y definir prioridades estratégicas en negocios que combinan producción de contenidos, tecnología y relación con las audiencias.

■ **Estrategia de Contenidos, Portfolio y Distribución** | *40 horas*

Integra las decisiones sobre qué contenidos desarrollar, para quién producirlos y cómo hacerlos circular. Aborda portfolio, programación, producción, ventanas de explotación y distribución multiplataforma. Permite relacionar alcance, posicionamiento, recursos y valor del contenido para evaluar alternativas y construir una cartera coherente con la estrategia del negocio.

■ **Monetización y Crecimiento de Negocios de Contenidos** | *40 horas*

Examina modelos de ingresos basados en publicidad, suscripciones, licencias y alianzas, junto con sus posibles combinaciones. Relaciona la adquisición y la retención de audiencias con la sostenibilidad económica. El foco está en comparar opciones de monetización, formular hipótesis de crecimiento y reconocer los indicadores que permiten evaluar su evolución.

■ **Analítica de Medios e Inteligencia de Audiencias** | *40 horas*

Desarrolla criterios para seleccionar e interpretar métricas de consumo, interacción, rendimiento y retención. Considera segmentación, cohortes y abandono de usuarios, según el modelo de negocio. Vincula esos datos con preguntas de gestión para fundamentar decisiones sobre contenidos, producto, distribución y desarrollo de la relación con las audiencias.

- **Negocios de Contenidos: de la Idea al Business Case** | *40 horas*

  Aborda la transformación de una oportunidad en una propuesta de negocio fundamentada. Trabaja sobre demanda, ingresos, costos, inversión, economía por unidad y escenarios de riesgo. Permite ordenar supuestos, comparar alternativas de implementación y construir una recomendación ejecutiva que explique la viabilidad y el valor de una iniciativa de contenidos.

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA Y TRABAJO FINAL

MATERIAS OBLIGATORIAS COMPLEMENTARIAS

- **Ética de la Comunicación** | *30 horas*

  Propone examinar la responsabilidad de quienes crean, seleccionan y distribuyen contenidos. Ofrece un espacio para analizar dilemas profesionales y las consecuencias de las decisiones sobre personas, audiencias y organizaciones. Su aporte es fortalecer el juicio ético y vincular los objetivos del negocio con el respeto por las personas y la calidad de la comunicación.

- **Seminario de Actualización - Tecnología y Contenidos** | *20 horas*

  Explora tecnologías emergentes y su impacto en los negocios de contenidos, con atención a la inteligencia artificial, la automatización y las nuevas interfaces. Relaciona los cambios en producción y distribución con oportunidades y desafíos de gestión. Busca aportar criterios para evaluar usos pertinentes y comprender cómo estas herramientas modifican procesos y propuestas de valor.

- **Tendencias Regulatorias en Medios y Contenidos** | *20 horas*

  Aborda los cambios regulatorios que inciden en la creación, circulación y explotación de contenidos. El enfoque incluye propiedad intelectual, inteligencia artificial, plataformas, datos y responsabilidades en entornos digitales. Ayuda a reconocer cuestiones que deben considerarse al diseñar productos, distribuir contenidos o evaluar acuerdos, y a identificar cuándo una decisión requiere asesoramiento especializado.

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

Las 160 horas previstas reúnen el desarrollo del Trabajo Final y su acompañamiento. El Laboratorio de Innovación en Negocios de Medios y Contenidos ofrece un ámbito para trabajar sobre un problema o una iniciativa profesional, relacionar los aprendizajes de la carrera y fundamentar una propuesta con criterios académicos y de gestión.

El proceso se orienta a delimitar el problema, construir sus fundamentos, reunir y analizar información relevante y desarrollar una propuesta consistente. El acompañamiento metodológico y las tutorías permiten revisar las decisiones y dar forma al trabajo. El formato, las instancias de evaluación y los plazos se rigen por las pautas académicas que se comuniquen para la cohorte.

MODALIDAD Y DEDICACIÓN

La cursada principal se organiza los martes y jueves de 18 a 21 h, online, con actividades asincrónicas y 1 sábado de 9 a 13 h presencial optativo por bloque. El núcleo de negocios de medios y contenidos se dicta los jueves; las materias optativas de Narrativas para Marcas y Comunicación Audiovisual se programan los martes.

Los seminarios obligatorios tienen un calendario propio de encuentros online y trabajo asincrónico. Sus clases de los sábados son distintas de los encuentros presenciales optativos. El segundo año puede incluir actividades en otros días, según el cronograma específico del laboratorio, Ética y las electivas.

El diseño prevé un recorrido de 18 meses, sujeto a la planificación de la cohorte y a los plazos académicos del Trabajo Final. El inicio previsto es abril de 2027; la duración efectiva depende del recorrido y del cumplimiento de las instancias académicas.

PERSONALIZÁ TU RECORRIDO

CÓMO SE CONSTRUYE EL RECORRIDO ELECTIVO

Las 230 horas electivas permiten orientar la formación según los intereses y la experiencia profesional. La oferta contempla materias de la Diplomatura de Narrativas para Marcas y la Diplomatura en Comunicación Audiovisual, además de otras opciones de la Escuela de Posgrados en Comunicación. La selección se define con coordinación académica, de acuerdo con la disponibilidad, los horarios y las condiciones de reconocimiento.

Cada uno de los dos trayectos de diplomaturas reúne cinco materias de 30 horas, equivalentes a 150 horas. Constituyen opciones dentro de la oferta: el estudiante debe completar su recorrido individual de 230 horas y no está obligado a cursar ambas diplomaturas completas. Las materias que se dictan en paralelo requieren planificar su combinación.

NARRATIVAS PARA MARCAS

Este trayecto vincula el conocimiento de las personas con la estrategia de marca y su expresión en contenidos y experiencias. Está orientado a quienes desarrollan comunicación de marca, estrategias editoriales, comunidades o canales propios.

- **Marketing 3D** | *30 horas*
  Sitúa las decisiones de marketing en el contexto de las marcas y los negocios de contenidos. Relaciona la comprensión de las personas con la propuesta de valor y las formas de vinculación con el mercado. Ofrece una base para evaluar qué necesidades atender y cómo orientar la estrategia de comunicación y contenidos.

- **Human Insights** | *30 horas*

  Profundiza en la comprensión de motivaciones, prácticas y comportamientos de las personas. Trabaja sobre la interpretación de información de públicos y audiencias para reconocer necesidades y tensiones relevantes. Ese conocimiento permite orientar decisiones de marca, contenidos y experiencias con una perspectiva centrada en las personas y en sus contextos de uso.

- **Branding** | *30 horas*

  Aborda la identidad y el posicionamiento de marca como criterios para construir una expresión coherente en distintos canales. Relaciona propósito, sentidos y narrativa con decisiones de comunicación. Permite evaluar la consistencia entre lo que una marca propone, los contenidos que desarrolla y la experiencia que ofrece a sus públicos.

- **Marketing de Contenidos** | *30 horas*

  Examina el papel del contenido en la relación entre marcas y audiencias. Integra estrategia editorial, arquitectura de contenidos, canales propios, distribución y medición. Aporta criterios para definir temas y formatos, organizar su circulación y evaluar cómo contribuyen a los objetivos de la marca y al valor que reciben sus públicos.

- **Diseño de Experiencias para Marcas** | *30 horas*

  Trabaja sobre los recorridos y puntos de contacto mediante los cuales las personas se relacionan con una marca. Integra dimensiones narrativas, sensoriales y tecnológicas para diseñar experiencias significativas. Permite relacionar la propuesta de valor con la participación de las audiencias y revisar la coherencia entre comunicación, interacción y experiencia.

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

El trayecto reúne cinco materias de 30 horas y combina análisis de relatos, creación de universos, expansión transmedia, producción y criterios de calidad. Permite profundizar en las decisiones que articulan una intención narrativa con su desarrollo audiovisual.

- **Análisis de la Narración Audiovisual** | *30 horas*

  Desarrolla una mirada analítica sobre la construcción de relatos audiovisuales y los recursos con los que producen sentido. Propone observar la organización narrativa y su expresión en imagen y sonido. Aporta criterios para interpretar obras, discutir decisiones creativas y fundamentar la selección o el desarrollo de contenidos para distintas audiencias.

- **Diseño de Mundos Narrativos** | *30 horas*

  Presenta el worldbuilding como enfoque para construir universos narrativos coherentes y con posibilidades de expansión. Relaciona las reglas del mundo, sus personajes y los conflictos que sostienen las historias. Permite pensar la continuidad de un proyecto y evaluar cómo sus distintas piezas conservan una identidad narrativa reconocible.

- **Transmedia Storytelling** | *30 horas*

  Aborda la construcción de relatos que se expanden en distintos medios y plataformas. Analiza cómo cada pieza aporta al conjunto y qué formas de participación se abren para las audiencias. Ofrece criterios para diseñar conexiones entre contenidos y desarrollar experiencias narrativas complementarias, aprovechando las características de cada medio.

- **Producción Audiovisual e Inteligencia Artificial** | *30 horas*

  Explora aplicaciones de inteligencia artificial en los procesos creativos y operativos de producción audiovisual. Sitúa las herramientas dentro del flujo de trabajo y de los objetivos narrativos del proyecto. Permite evaluar usos posibles, reconocer límites y sostener un criterio profesional sobre las decisiones y los resultados obtenidos durante la producción.

- **Gestión de la Calidad Audiovisual / Dirección Técnica y Artística** | *30 horas*

  Se concentra en los criterios que permiten evaluar la calidad de una propuesta audiovisual y la coherencia entre sus decisiones narrativas, técnicas y artísticas. Vincula la intención del proyecto con su realización. Aporta una perspectiva para revisar contenidos, reconocer aspectos a mejorar y fundamentar decisiones de producción y selección.

OFERTA COMPLEMENTARIA DE LA ESCUELA DE POSGRADOS EN COMUNICACIÓN

El recorrido puede incorporar otras electivas de la Escuela de Posgrados en Comunicación según la oferta habilitada y las condiciones académicas. La programación 2027 incluye Finanzas y Comunicación, de 30 horas, como optativa compartida. La disponibilidad de cada materia y su incorporación al recorrido se consultan con coordinación; la oferta puede variar entre períodos.

ARTICULACIÓN CON PROGRAMAS Y DIPLOMATURAS

Los cinco módulos del núcleo común también conforman la Diplomatura en Negocios de Medios y Contenidos de 200 horas. Las materias de Narrativas para Marcas y Comunicación Audiovisual integran sus respectivas diplomaturas de 150 horas. El reconocimiento de formación previa y las equivalencias para continuar en la Maestría se resuelven según las condiciones institucionales vigentes.

REQUISITOS, POSTULACIÓN Y ADMISIÓN

1. Aquellas personas que cuenten con título de grado universitario de 4 años de duración

2. Aquellas personas que evidencien una trayectoria profesional compatible con las exigencias de este posgrado*.

3. El postulante deberá tener al ingresar, capacidad para leer y entender contenidos en idioma inglés.

4. Se recomienda un mínimo de tres años de experiencia profesional relevante en áreas vinculadas a la gestión de contenidos, comunicación, medios, marketing, cultura o industrias creativas.

**En casos excepcionales, podrán ser admitidos postulantes sin título universitario que acrediten experiencia laboral relevante y sólida en el campo profesional de la Maestría. En estos casos, deberán rendir un examen especial ante un Comité Académico (Proceso de Ingreso extraordinario).*

Proceso de admisión:

Paso 1

Paso 2

Paso 3

Paso 4

UNIVERSIDAD AUSTRAL | ESCUELA DE POSGRADOS EN COMUNICACIÓN

Maestría en Negocios de Medios y Contenidos

Carrera acreditada por CONEAU con calificación A
(Resolución RESFC-2024-15-APN-CONEAU#MCH)

Sede Buenos Aires. Cerrito 1250 - CABA
(+54) 9 11 6738-0902
ecunz@austral.edu.ar

#1 de gestión privada de Argentina
Reconocimiento por 7mo año consecutivo