

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

19667 *Resolución de 23 de septiembre de 2025, de la Universidad San Jorge, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa.*

De conformidad con lo que dispone el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, y tras haber obtenido informe en términos favorables de la ACPUA a dicha solicitud,

Este Rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios de Máster en Marketing y Comunicación Corporativa que queda estructurado como figura en el anexo de esta resolución, resultando de aplicación a partir del curso académico 2025-2026

Zaragoza, 23 de septiembre de 2025.–La Rectora, Silvia Carrascal Domínguez.

ANEXO

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

Tipo de asignatura	ECTS
Materias obligatorias.	48
Materias optativas.	0
Prácticas externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	6
Total.	60

La lengua de impartición de todas las asignaturas será el castellano.

Este Máster Universitario se imparte en modalidad docente presencial y en modalidad docente semipresencial o híbrida.

Plan de estudios resumido por módulos y curso académico

Módulo y asignatura	Tipo	ECTS	Organización temporal
Módulo 1: Visión Estratégica de la Organización.	OB	8	Anual.
Módulo 2: Reputación y Responsabilidad Social Corporativa.	OB	4	Anual.
Módulo 3: Fundamentos Avanzados de Marketing.	OB	10	Anual.
Módulo 4: Comunicación Corporativa.	OB	10	Anual.
Módulo 5: Estrategias de Comunicación y Marketing Digital.	OB	8	Anual.
Módulo 6: Prácticas Académicas Externas.	OB (PE)	6	Anual.
Módulo 7: Iniciación a la Investigación en Ciencias Sociales.	OB	8	Anual.
Módulo 8: Trabajo Fin de Máster.	OB (TFM)	6	Anual.
Total.		60	

O: Obligatoria; TFM: Trabajo Fin de Máster; PE: Prácticas Externas.