



III. Otras Disposiciones y Acuerdos

UNIVERSIDAD SAN JORGE

RESOLUCIÓN de 19 de junio de 2025, de la Universidad San Jorge, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas tras las modificaciones realizadas en el mismo.

Recibido informe favorable de la Agencia de Calidad y Prospectiva Universitaria de Aragón a las modificaciones presentadas del plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad San Jorge. Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario (publicada en el "Boletín Oficial del Estado", número 70, de 23 de marzo de 2023), ha resuelto ordenar la publicación de la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad San Jorge, que queda estructurado según consta en el anexo a esta Resolución.

Zaragoza, 19 de junio de 2025.- La Rectora, Silvia Carrascal Domínguez.



PLANIFICACIÓN DE LA ENSEÑANZA

Plan de estudios

Materias básicas

El 50 % de los ECTS de Formación Básica (30 ECTS) pertenecen al mismo ámbito de conocimiento al que pertenece el título: **Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas**

MATERIA	TIPO (MB/OB/OP)	SEMESTRE	ECTS	ÁMBITO DE CONOCIMIENTO
Lengua española y comunicación	MB	I	6	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Teoría de la comunicación	MB	I	6	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Literatura y análisis de textos	MB	III	6	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Historia de la comunicación	MB	II	6	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Documentación	MB	I	6	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
Pensamiento Social Cristiano	MB	III	6	Historia, arqueología, geografía, filosofía y humanidades
Historia Universal Contemporánea	MB	I	6	Historia, arqueología, geografía, filosofía y humanidades
Economía	MB	III	6	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Sociología	MB	IV	6	Ciencias del comportamiento y psicología
Sistemas Políticos Contemporáneos	MB	IV	6	Derecho y especialidades jurídicas

Plan de estudios (por módulos)

Módulo	Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Módulo 1: Lengua y comunicación 54 ECTS	Lengua española y comunicación	MB	I	6
	Comunicación escrita	OB	II	6
	Teoría de la comunicación	MB	I	6
	English	OB	II	6
	Lenguaje audiovisual	OB	I	6
	Literatura y análisis de textos	MB	III	6
	Historia de la comunicación	MB	II	6
	Intercultural Communication	OB	IV	6
Módulo 2: Tecnología, diseño y cultura visual 30 ECTS	Teoría y Técnica de la Radio	OB	IV	6
	Documentación	MB	I	6
	Expresión gráfica y dibujo	OB	V	6
	Diseño y dirección de arte	OB	III	6
	Arte y cultura contemporáneos	OB	II	6
Módulo 3: Dirección responsable 39 ECTS	Fotografía publicitaria	OB	V	6
	Ética	OB	V	6
	Deontología de la Publicidad y las Relaciones Públicas	OB	VIII	3
	Derecho de la comunicación	OB	VII	6
	Métodos y técnicas de investigación social	OB	VI	6
	Empresa comunicativa	OB	VI	6
	Liderazgo y desarrollo personal	OB	VIII	6
Pensamiento Social Cristiano	MB	III	6	
Historia Universal Contemporánea	MB	I	6	



Módulo 4: Estructuras socioeconómicas y psicológicas de la publicidad y relaciones públicas 24 ECTS	Economía	MB	III	6
	Sociología	MB	IV	6
	Sistemas Políticos Contemporáneos	MB	IV	6
Módulo 5: Comunicación comercial y publicitaria 24 ECTS	Fundamentos de la Publicidad y las RR.PP.	OB	II	6
	Fundamentos del marketing	OB	III	6
	Planificación de medios	OB	V	6
	Creatividad publicitaria	OB	VI	6
Módulo 6: Gestión de Públicos 24 ECTS	Planificación de las RRPP	OB	V	6
	Branding	OB	VIII	6
	Identidad e imagen corporativa	OB	IV	6
	Responsabilidad social corporativa	OB	VII	6
Módulo 7: Estrategias Publicitarias 30 ECTS *	Publicidad interactiva	OP	VI	6
	Publicidad Audiovisual	OP	VI	6
	Retail marketing	OP	VII	6
	Coolhunting	OP	VII	6
	Nuevas formas de marketing	OP	VIII	6
Módulo 8: Comunicación Corporativa 30 ECTS *	Comunicación y marketing político	OP	VI	6
	Issues management	OP	VII	6
	Comunicación interna	OP	VII	6
	Media training	OP	VI	6
	Protocolo y gestión de eventos	OP	VIII	6
Módulo 9: Prácticas externas 6 ECTS	Prácticas en empresas	OB	Anual	6
Módulo 10: Trabajo final de grado 9 ECTS	Trabajo final de grado	OB	Anual	9
TOTAL				240

*El alumno elige entre el módulo 7 y 8.

Plan de estudios (por curso académico)

Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Primer curso			
Historia Universal Contemporánea	MB	I	6
Lengua española y comunicación	MB	I	6
Documentación	MB	I	6
Lenguaje audiovisual	OB	I	6
Teoría de la comunicación	MB	I	6
Fundamentos de la Publicidad y las RR.PP.	OB	II	6
English	OB	II	6
Comunicación escrita	OB	II	6
Historia de la comunicación	MB	II	6
Arte y cultura contemporáneos	OB	II	6
			60
Segundo curso			
Pensamiento Social Cristiano	MB	III	6
Literatura y análisis de textos	MB	III	6
Economía	MB	III	6
Diseño y dirección de arte	OB	III	6
Fundamentos del marketing	OB	III	6
Sociología	MB	IV	6
Sistemas Políticos Contemporáneos	MB	IV	6
Intercultural Communication	OB	IV	6
Teoría y Técnica de la Radio	OB	IV	6
Identidad e imagen corporativa	OB	IV	6
			60
Tercer curso			
Ética	OB	V	6



BOLETÍN OFICIAL DE ARAGÓN

1 de julio de 2025

Número 124

csv: BOA20250701030

Planificación de medios	OB	V	6
Planificación de las RRPP	OB	V	6
Expresión gráfica y dibujo	OB	V	6
Fotografía publicitaria	OB	V	6
Empresa comunicativa	OB	VI	6
Métodos y Técnicas de investigación social	OB	VI	6
Creatividad publicitaria	OB	VI	6
Publicidad audiovisual (Itin. Estrategias Publicitarias) *	OP	VI	6
Publicidad interactiva (Itin. Estrategias Publicitarias) *	OP	VI	6
Comunicación y marketing político (Itin. Comunicación Corporativa) *	OP	VI	6
Media training (Itin. Comunicación Corporativa) *	OP	VI	6
			60

Cuarto curso

Prácticas en empresa	OB	Anual	6
Trabajo final de grado	OB	Anual	9
Derecho de la comunicación	OB	VII	6
Responsabilidad social corporativa	OB	VII	6
Retail marketing (Itin. Estrategias Publicitarias) *	OP	VII	6
Coolhunting (Itin. Estrategias Publicitarias) *	OP	VII	6
Comunicación interna (Itin. Comunicación Corporativa) *	OP	VII	6
Issues management (Itin. Comunicación Corporativa) *	OP	VII	6
Deontología de la Publicidad y las Relaciones Públicas	OB	VIII	3
Nuevas formas de marketing (Itin. Estrategias Publicitarias) *	OP	VIII	6
Protocolo y gestión de eventos (Itin. Comunicación Corporativa) *	OP	VIII	6
Liderazgo y desarrollo personal	OB	VIII	6
Branding	OB	VIII	6
			60

TOTAL 240

Itinerarios optativos

MÓDULO	MATERIA	TIPO	SEMESTRE	ECTS
Módulo 7: Estrategias Publicitarias 30 ECTS *	Publicidad interactiva	OP	VI	6
	Publicidad Audiovisual	OP	VI	6
	Retail marketing	OP	VII	6
	Coolhunting	OP	VII	6
	Nuevas formas de marketing	OP	VIII	6
Módulo 8: Comunicación Corporativa 30 ECTS *	Comunicación y marketing político	OP	VI	6
	Media training	OP	VI	6
	Issues management	OP	VII	6
	Comunicación interna	OP	VII	6
	Protocolo y gestión de eventos	OP	VIII	6

* El alumno elige entre el módulo 7 y 8.