



## III. Otras Disposiciones y Acuerdos

### UNIVERSIDAD SAN JORGE

**RESOLUCIÓN de 23 de septiembre de 2025, de la Universidad San Jorge, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing y Comunicación Corporativa tras las modificaciones realizadas en el mismo.**

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.



## Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

csv: BOA20251007032

TIPO DE ASIGNATURA	ECTS
Materias obligatorias	48
Materias optativas	0
Prácticas externas	6
Trabajo Fin de Máster	6
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>

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

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

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
<b>TOTAL</b>		<b>60</b>	