

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, ÁMBITO, ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

DENOMINACIÓN DEL TÍTULO

Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital

CONJUNTO	DESCRIPCIÓN DEL CONVENIO
NO	

RAMA Y ÁMBITO DE CONOCIMIENTO

RAMA DE CONOCIMIENTO
Ciencias Sociales y Jurídicas
ÁMBITO DE CONOCIMIENTO
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas

ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	ECTS
Servicios de información	18
Comunicación corporativa	18

¿Es obligatorio cursar una especialidad de las existentes para la obtención del título? SÍ ☐ NO ☒

MENCIÓN DUAL

MENCIÓN DUAL	ECTS
NO	

1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

UNIVERSIDAD RESPONSABLE	CÓDIGO RUCT
Universidad de Zaragoza	021

LISTADO DE CENTROS DE IMPARTICIÓN

CÓDIGO RUCT	CENTRO	UNIVERSIDAD
50008861	Facultad de Filosofía y Letras	Universidad de Zaragoza

CENTRO:	Facultad de Filosofía y Letras	UNIVERSIDAD:	Universidad de Zaragoza
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS OFERTADAS			25
NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO			25
MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO			
PRESENCIAL	HÍBRIDA		VIRTUAL
X			



NÚMERO TOTAL DE PLAZAS OFERTADAS POR MODALIDAD		
PRESENCIAL	HÍBRIDA	VIRTUAL
25		
IDIOMAS DE IMPARTICIÓN	español	

NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS Y SU DISTRIBUCIÓN

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS ECTS
Obligatorias	30
Optativas	18
Prácticas externas	6
Complementos formativos	-
TFM	6
NÚMERO TOTAL DE CRÉDITOS ECTS	60

1.10. JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO, PROFESIONAL Y SOCIAL DEL TÍTULO

El Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital obtuvo el informe favorable de ANECA en 2015 y empezó a impartirse en el curso 2016-2017. En 2019, renovó la acreditación con el informe favorable de ACPUA. Tras una trayectoria ininterrumpida de ocho cursos, lo que se pretende con esta nueva memoria de verificación es la continuidad de la titulación, adaptándola al RD 822/2021. Cabe destacarse que el título ha mantenido una demanda considerablemente alta en el contexto de los másteres de la Facultad de Filosofía y Letras, con una media de 20 estudiantes de nuevo ingreso por curso (el número de plazas ofertadas es 25).

El máster dota al estudiantado de una visión global avanzada de la labor de consultor en información y comunicación digital, que le permite desempeñar su carrera laboral en todo tipo de organizaciones con necesidades de llevar a cabo una gestión estratégica tanto de la información y los documentos que crean y reúnen como de la comunicación que generan hacia el exterior. El título continúa respondiendo, por lo tanto, a una sostenida demanda de profesionales capaces de trabajar con un enfoque estratégico e integrador de la información y la comunicación. Sin embargo, considerando la especificidad de algunas de las técnicas en las que el máster forma y las características del mercado de trabajo, donde se singularizan las ofertas laborales de acuerdo con el objeto de aplicación de la consultoría, la titulación ofrece dos especialidades: servicios de información y comunicación corporativa.

La oferta de una titulación que recoja esta dimensión formativa se ve justificada en el contexto de la Comunidad Autónoma de Aragón. Así, en el III Plan Autonómico de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI), para el periodo 2021-2027, la “comunicación e información digital” aparece expresamente como uno de los ámbitos recogidos en la Estrategia Regional de Especialización Inteligente de Aragón. En el marco del sistema universitario aragonés, el máster continúa siendo una titulación única, pues no se oferta ningún máster oficial que pueda asemejarse a este. Únicamente la Universidad San Jorge, de carácter privado, ofrece en colaboración con ESIC el Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa, que comparte la dimensión de la comunicación de las organizaciones, pero carece de los enfoques basados en la gestión de la información, en la consultoría y en el entorno digital.

Desde su nacimiento, el máster ha tenido un carácter profesionalizante, procurando que sea de utilidad para la proyección profesional y laboral de los estudiantes, aunque sin dejar de lado la vertiente académica e investigadora. En este sentido, desde su puesta en marcha ha acogido a numerosos estudiantes que lo compatibilizan con el desempeño profesional, lo que potencia la progresión laboral de estos. Por otro lado, el enfoque interdisciplinar con el que está planteado introduce en la titulación el elemento de transversalidad. No en vano, es una titulación que aúna los esfuerzos de cuatro áreas de conocimiento, integradas en tres departamentos de la



Universidad de Zaragoza: Biblioteconomía y Documentación; Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad; y Lenguajes y Sistemas Informáticos. Tanto la dimensión profesional como la transversalidad están considerados ejes estratégicos según el Reglamento de oferta, modificación y supresión de másteres universitarios de la Universidad de Zaragoza (2018).

1.11. PRINCIPALES OBJETIVOS FORMATIVOS DEL TÍTULO

El Máster en Consultoría de Información y Comunicación Digital tiene como fin formar profesionales dedicados a la asesoría, la dirección y la implantación de proyectos tanto de gestión de información como de estrategias de comunicación corporativa en cualquier organización. La formación de estos profesionales está especialmente orientada a dotar de competencias adecuadas para desarrollar su actividad laboral en entornos digitales. Los principales objetivos formativos de esta especialización profesional pueden sintetizarse así:

- Facultar para el desempeño de funciones y el ejercicio de responsabilidades como consultores en la gestión de la información y la comunicación digital en cualquier tipo de organización y con capacidad para adaptarse a un medio profesional estratégico para las organizaciones, dinámico y cambiante.
- Capacitar para utilizar métodos y técnicas, así como seleccionar tecnologías, que permitan planificar, desarrollar y evaluar nuevos productos y servicios, así como poner en marcha proyectos e iniciativas emprendedoras en el ámbito de la información y la comunicación en un entorno digital.
- Preparar para promover y colaborar en el diseño de políticas de información y de comunicación de una organización que faciliten la reutilización de sus datos y la transparencia de sus actividades ante la sociedad.

El máster está diseñado para facilitar el aprendizaje a lo largo de la vida. Por ello, se dirige tanto a estudiantes recién graduados como a profesionales en activo.

1.11.bis OBJETIVOS FORMATIVOS DE LAS ESPECIALIDADES

La especialidad Servicios de información tiene como objetivo formar consultores, o profesionales en un sentido lato, que sean capaces de planificar, diseñar, implantar, evaluar y auditar los procesos de gestión de documentos y de información en sistemas y unidades encargadas, en cualquier organización, de la reunión, conservación, procesamiento, análisis, producción y difusión de información y documentación corporativa en soporte y medios digitales. Se trata de formar estudiantes capaces de prestar los servicios profesionales más comunes de esta mención:

- Desarrollo o revisión de los componentes de un programa de gestión de documentos: políticas, procedimientos, directrices, plazos de retención y conservación, auditorías de uso de la información, etc.
- Identificación de especificaciones funcionales y técnicas para guiar la adquisición de tecnologías de la información.
- Desarrollo de estrategias de gestión de la información integradas sobre cómo capturar, almacenar, organizar y compartir la información.
- *Coaching* en información: instrucción y acompañamiento en el desarrollo de políticas, decisiones y procedimientos de la organización y recursos y habilidades del personal en lo referente a la gestión de la información y los documentos.

La especialidad Comunicación corporativa establece como fin el formar profesionales capaces de asesorar o participar directamente en la definición, el establecimiento y la evaluación de la gestión de la comunicación corporativa de cualquier tipo de organización, así como de su ejecución, de tal manera que dicha gestión sea la más adecuada a la naturaleza, los fines y los objetivos estratégicos de cada entidad y a las necesidades, los usos y los consumos de sus usuarios y destinatarios. En este caso, algunos de los servicios profesionales más comunes de esta mención son los siguientes:

- Comunicación en relaciones públicas.
- Formación de portavoces.
- Investigación y evaluación de la realidad comunicativa de una organización.
- Gestión de la comunicación en situaciones de crisis.
- Relaciones con los medios de comunicación.
- Organización de eventos.



- Relaciones institucionales.
- Imagen de marca y reputación corporativa.

1.12. ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y JUSTIFICACIÓN DE SUS OBJETIVOS

No procede.

1.13. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE ESPECÍFICAS Y JUSTIFICACIÓN DE SUS OBJETIVOS

No procede.

1.14. PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO A LOS QUE SE ORIENTAN LAS ENSEÑANZAS

Perfil resumido

Experto en asesorar, dirigir e implantar proyectos de gestión de información y comunicación corporativa en entornos digitales y cualquier organización.

Perfil extendido

Los perfiles de egreso a los que se dedica una atención preferente son los siguientes:

- Profesional dedicado al asesoramiento, dirección e implantación de proyectos de gestión de la información en instituciones y empresas públicas o privadas.
- Profesional dedicado al asesoramiento, dirección e implantación de proyectos de gestión de la comunicación corporativa en instituciones y empresas públicas o privadas.
- Egresados capaces de emprender estudios de doctorado en los ámbitos de la Comunicación y de la Información.

1.14.bis HABILITACIÓN PROFESIONAL

No procede.

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE

2.1. CONOCIMIENTOS

CO_01. **Aprender** los principios teóricos, **conceptuales y epistemológicos** de la comunicación corporativa y de los sistemas de información, **centrados en el** trabajo de consultoría en información y comunicación digital.

CO_02. **Dominar** los fundamentos metodológicos de la gestión de la información y la comunicación digital en una organización **para que sirvan de base de conocimiento a las habilidades que se adquirirán como resultado del proceso de formación y aprendizaje.**

CO_03. Conocer las normas y las directrices operantes, **incluyendo el marco regulatorio y legal**, para el diseño y la implantación de la política de información, comunicación **y transparencia** de una organización.

2.2. HABILIDADES

HA_01. Organizar la planificación, el diseño y la evaluación de un proyecto de consultoría en información y comunicación digital, **incluyendo asimismo los proyectos de emprendimiento.**

HA_02. Analizar la evolución de situaciones complejas para establecer medidas correctoras vinculadas con la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización, **evaluando el valor de la información y la comunicación en el proceso.**

HA_03. Utilizar la metodología, las herramientas **y el software para** la gestión de proyectos alineados con el entorno, los objetivos y los recursos informativos y comunicativos de una organización.

HA_04. Evaluar el estado de la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización **y recoger dicho estado en informes de situación.**

HA_05. Diseñar planes de gestión de la información documental y planes de comunicación estratégica adaptados a las necesidades y el entorno específicos de una organización, **incluyendo la creación, ejecución y evaluación**



de dichos planes en sus diferentes aspectos y fases.

HA_06. Aplicar tecnologías y herramientas digitales para el tratamiento documental y la comunicación corporativa en el seno de una organización: descripción, búsqueda y visualización de la información; gestión de contenidos, recursos y clientes; minería de datos y de texto; diseño; preservación y continuidad digital.

HA_07. Interpretar y analizar las necesidades y las prácticas de uso y consumo de la información digital de productores y usuarios de los servicios de información en el marco de una organización.

HA_08. Emplear y evaluar la aplicación y el uso de las herramientas tecnológicas de gestión de la información documental con un enfoque centrado en el análisis de tareas y en el usuario.

HA_09. Aplicar las técnicas necesarias para identificar, analizar y evaluar los procesos y los recursos de información en las organizaciones, con un enfoque propio de la auditoría de información.

HA_10. Organizar los procesos y los recursos del sistema de información documental que dan soporte a las acciones de inteligencia corporativa desde una perspectiva estratégica y competitiva.

HA_11. Seleccionar y emplear las herramientas tecnológicas para la gestión y la comunicación de contenidos en sitios web, comunidades virtuales y redes sociales corporativos.

HA_12. Planificar y desarrollar eventos propios de la comunicación corporativa considerando su correspondiente protocolo.

HA_13. Aplicar los principales instrumentos de las relaciones con los medios de comunicación empleados en un entorno digital, así como evaluar sus resultados.

HA_14. Aplicar y evaluar acciones que desarrollen una política de marca y de reputación corporativas digitales.

2.3. COMPETENCIAS

Las seis competencias siguientes corresponden al proyecto denominado Sello 1+5 Unizar

CP_01. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.

CP_02. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.

CP_03. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.

CP_04. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.

CP_05. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.

CP_06. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1. REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

Las condiciones para el acceso a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario, así como los procedimientos de admisión, vienen regulados en el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

El acceso y la admisión a las titulaciones de máster de la Universidad de Zaragoza están regulados por la Normativa de acceso y admisión a título de Máster. En ella se detallan tanto los requisitos como los procedimientos para realizar este proceso que se divide en varias fases de admisión y de matrícula que se abren a lo largo del año. Es posible solicitar Autorización de Acceso, por parte de aquellas personas que disponen de un título extranjero de educación superior obtenido en un sistema educativo que no forme parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que equivalga al título de Grado, sin necesidad de su homologación o declaración de equivalencia. Esta autorización puede solicitarse en cualquier momento del año.

El perfil de ingreso recomendado para este máster es el correspondiente a los egresados en las titulaciones de Grado en Información y Documentación, Grado en Gestión de Información y Contenidos Digitales, Grado en Periodismo, Grado en Comunicación Audiovisual, y Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Para otros perfiles



de ingreso como los egresados de cualquier otra titulación perteneciente a las ramas de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas, y de Artes y Humanidades podrían ser necesarios complementos formativos. Cada caso será evaluado de forma individual por la Comisión Académica del Máster, que comprobará si los estudiantes han adquirido previamente los Resultados de Aprendizaje requeridos y, en caso contrario, establecerá si es necesario los complementos de formación necesarios. A este respecto, el máster incluye la materia "Complementos de información y comunicación" de 6 ECTS, tipología Complemento Formativo (contenidos: principios teóricos, epistemológicos y conceptuales de la información y de la comunicación; introducción a las metodologías y técnicas de investigación en información y comunicación; principios básicos sobre los sistemas de información y sobre la comunicación corporativa). Esta materia se cursa en el primer semestre y debe superarse antes de obtener el título de máster, aunque no se incluye en el plan de estudios (tabla 4a).

La Comisión Académica del Máster ha establecido los criterios de admisión y los aplicará respetando los principios de igualdad, mérito y capacidad en caso de haber más solicitantes que plazas. Para establecer el orden de prelación se calcula una nota de admisión de un máximo de doce puntos para cada solicitante, en la que se valoran los siguientes criterios: expediente académico en la titulación de acceso (hasta cinco puntos); experiencia profesional en el ámbito de la información o la comunicación (hasta cinco puntos); y titulación de procedencia (dos puntos adicionales para egresados en Información y Documentación, [Gestión de Información y Contenidos Digitales](#), Periodismo, Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas).

Los candidatos cuya lengua materna no sea el español deben acreditar el nivel B2 o equivalente de conocimiento de español según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL).

3.2. CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

CRITERIOS GENERALES

El reconocimiento y transferencia de créditos académicos de los títulos universitarios oficiales se rige por lo dispuesto en el art. 10 del R.D. 822/2021 de 28 de septiembre.

En la Universidad de Zaragoza el reconocimiento y transferencia de créditos se realizará de acuerdo con lo establecido en su [Reglamento de reconocimiento y transferencia de créditos](#), y según los procedimientos y plazos especificados en la [Información académica de reconocimiento y transferencia de créditos](#).

CRITERIOS ESPECÍFICOS

Reconocimiento de Créditos cursados en Centros de Formación Profesional de Grado Superior	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	0
Reconocimiento de Créditos cursados en Títulos Propios	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	0
Reconocimiento de Créditos cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

Se podrán reconocer los 6 créditos ECTS de la materia obligatoria Prácticas externas por experiencia laboral y profesional, debidamente acreditada, en instituciones públicas, empresas u otras entidades. No se reconocerán créditos parciales de esta asignatura, sino únicamente la totalidad de los 6 créditos. La acreditación de puestos propios de gestores de la información y la comunicación en todo tipo de organizaciones dará lugar al reconocimiento con las siguientes correspondencias: los 6 ECTS de la materia Prácticas externas por al menos 300 horas de experiencia profesional. De acuerdo con el artículo 17 de la normativa de la Universidad de Zaragoza, "para obtener el reconocimiento deberá presentarse copia de la vida laboral o del contrato con la indicación de la categoría laboral del contratado, incluyendo el tiempo de duración del mismo, así como un informe sobre las actividades realizadas". El informe de actividades deberá acreditar, a juicio de la Coordinación/Comisión de Garantía de la Calidad del Máster, que el/la estudiante ha alcanzado los resultados de aprendizaje de la materia Prácticas externas cuyo reconocimiento se solicita.



3.3. PROCEDIMIENTOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

PROCEDIMIENTOS

El procedimiento para organizar la movilidad en la Universidad de Zaragoza se establece en la siguiente normativa: Movilidad nacional e internacional.

MOVILIDAD ESPECÍFICA

No procede.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1. ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS

Las enseñanzas constan de 60 créditos ECTS que deben superarse para obtener el título de Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital. De ellos, 42 créditos son obligatorios, incluyendo las Prácticas Externas y el Trabajo Fin de Máster, mientras que 18 créditos son optativos.

El plan de estudios está formado por las siguientes materias obligatorias, optativas y mixtas: Métodos y herramientas en información y comunicación (obligatoria), Servicios de información (mixta), Comunicación corporativa (mixta), Interdisciplinar (optativa), Prácticas externas (obligatoria) y Trabajo Fin de Máster (obligatoria).

La materia Métodos y herramientas en información y comunicación aglutina buena parte de la formación obligatoria que comparten ambos ámbitos que confluyen en el máster: la consultoría en información y la consultoría en comunicación corporativa. Se centra en la gestión de proyectos, las metodologías de análisis y las tecnologías utilizadas.

Por su parte, las dos materias mixtas incluyen, cada una, 6 ECTS obligatorios y 24 ECTS optativos. Así, la denominada Servicios de información se enfoca en la formación dirigida a la consultoría de información digital, mientras que la materia Comunicación corporativa se centra en la formación orientada a la consultoría de comunicación digital. Como se especifica en la tabla 4c, las dos especialidades con las que cuenta el máster tienen, respectivamente, el nombre de ambas materias y se nutren de los créditos optativos contemplados en estas.

Se incluye asimismo la materia Complementos de información y comunicación (de 6 créditos ECTS, no incluida en la tabla 4a), de tipología Complemento Formativo, que se imparte en el primer semestre para los estudiantes que carezcan de resultados de aprendizaje básicos relacionados con la gestión de la información y la comunicación. Con esta materia se busca que alcancen el nivel mínimo necesario para el seguimiento eficaz del resto de la docencia del máster.

Cada estudiante podrá optar por participar en un proceso de aprendizaje interdisciplinar que le permita elegir entre un número determinado de asignaturas de otros títulos de máster universitario ofertadas por su afinidad con la titulación cursada. Este planteamiento está descrito con detalle en el documento [“El aprendizaje interdisciplinar en la Universidad de Zaragoza”](#).

De cara a la implantación del título, se desarrollará un documento adicional (Proyecto Formativo de Titulación) en el que se detalle la planificación por asignaturas para cada curso académico, así como el listado de asignaturas optativas ofertadas.



4.1.a. RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Tabla 4a. Resumen del plan de estudios

Materia	Tipología	Créditos ECTS
Materia 1. Métodos y herramientas en información y comunicación	Obligatoria	18
Total materia 1		18
Materia 2. Servicios de información	Obligatoria	6
	Optativa	24
Total materia 2		30
Materia 3. Comunicación corporativa	Obligatoria	6
	Optativa	24
Total materia 3		30
Materia 4. Interdisciplinar	Optativa	6
Total materia 4		6
Materia 5. Prácticas externas	Prácticas Externas	6
Total materia 5		6
Materia 6. Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster	6
Total materia 6		6
TOTAL DE CRÉDITOS OFERTADOS		96

Tabla 4b. Planificación temporal

Curso	Semestre	Materia	Tipología	ECTS	Curso	Semestre	Materia	Tipología	ECTS
1	1	Métodos y herramientas en información y comunicación	OB	18	1	2	Servicios de información	OP.	18
1	1	Servicios de información	OB.	6	1	2	Comunicación corporativa	OP.	18
1	1	Comunicación corporativa	OB.	6	1	2	Interdisciplinar	OP	6
					1	2	Prácticas externas	PE	6
					1	2	Trabajo Fin de Máster	TFM	6
TOTAL CURSO 1									60

Tabla 4c. Estructura de las especialidades

La especialidad Servicios de información está compuesta por los 24 ECTS optativos integrados en la materia del mismo nombre. Para obtener la especialidad, deberán cursarse al menos 18 de los 24 ECTS. La especialidad Comunicación corporativa está compuesta por los 24 ECTS optativos integrados en la materia del mismo nombre. Para obtener la especialidad, deberán cursarse al menos 18 de los 24 ECTS. Los estudiantes pueden optar por no cursar una especialidad; en ese caso, deberán cursar 18 ECTS optativos de ambas materias, de los que 6 ECTS podrán ser de la materia Interdisciplinar.

Especialidad 1	Servicios de información	Nº total ECTS	24
Materia		Semestre	ECTS
Servicios de información		2	24
Especialidad 2	Comunicación corporativa	Nº total ECTS	24
Asignatura		Semestre	ECTS
Comunicación corporativa		2	24



4.1.b. PLAN DE ESTUDIOS DETALLADO

Tabla 4d

Materia 1	Métodos y herramientas en información y comunicación		Nº ECTS:	18
Tipología	Obligatoria			
Organización temporal	Los 18 ECTS se impartirán en el primer semestre			
Modalidad	Presencial			
Resultados de aprendizaje	CO_01. Aprender los principios teóricos, conceptuales y epistemológicos de la comunicación corporativa y de los sistemas de información, centrados en el trabajo de consultoría en información y comunicación digital. CO_02. Dominar los fundamentos metodológicos de la gestión de la información y la comunicación digital en una organización para que sirvan de base de conocimiento a las habilidades que se adquirirán como resultado del proceso de formación y aprendizaje. CO_03. Conocer las normas y las directrices operantes, incluyendo el marco regulatorio y legal para el diseño y la implantación de la política de información, comunicación y transparencia de una organización. HA_01. Organizar la planificación, el diseño y la evaluación de un proyecto de consultoría en información y comunicación digital, incluyendo asimismo los proyectos de emprendimiento. HA_02. Analizar la evolución de situaciones complejas para establecer medidas correctoras vinculadas con la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización, evaluando el valor de la información y la comunicación en el proceso. HA_03. Utilizar la metodología, las herramientas y el software para la gestión de proyectos alineados con el entorno, los objetivos y los recursos informativos y comunicativos de una organización. HA_06. Aplicar tecnologías y herramientas digitales para el tratamiento documental y la comunicación corporativa en el seno de una organización: descripción, búsqueda y visualización de la información; gestión de contenidos, recursos y clientes; minería de datos y de texto; diseño; preservación y continuidad digital. CP_01: Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento. CP_03: Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate. CP_04: Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional. CP_05: Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora. CP_06: Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.			
Breve descripción de los contenidos de la materia				
- Gestión de proyectos en información y comunicación digital (6 ECTS): se centra en la metodología de gestión de proyectos. Introducción a la consultoría en información y comunicación; análisis y evaluación del valor de la información y la comunicación; emprendimiento en información y comunicación digital; métodos y técnicas de gestión de proyectos; herramientas de software para la gestión de proyectos. - Métodos y técnicas de análisis e investigación en información y comunicación (6 ECTS): aborda el proceso de investigación social y las principales técnicas y métodos que se utilizan en información y comunicación. Naturaleza de la investigación cuantitativa: principales pasos en los estudios cuantitativos, diseño del estudio, muestreo, variables y su medida, cuestionarios y encuestas; análisis estadístico de datos: estadística descriptiva y contraste de hipótesis; metodologías de análisis cualitativo: diseño de estudio, obtención y sistematización de la información; entrevistas en profundidad, grupos de discusión, panel y estudio Delphi. - Tecnologías empleadas en información y comunicación (6 ECTS): ofrece las principales tecnologías que se utilizan en el ámbito de la información y la comunicación digital. Descripción, búsqueda y visualización de la información; herramientas avanzadas de gestión de contenidos (CMS), recursos (ERP) y clientes (CRM); minería de datos y minería de texto; herramientas avanzadas de diseño gráfico y multimedia y realización audiovisual; preservación y continuidad digital.				
Materia 2	Servicios de información		Nº ECTS:	30
Tipología	Mixta			
Organización temporal	Los 6 ECTS obligatorios se impartirán en el primer semestre, mientras que los 24 ECTS optativos se impartirán en el segundo semestre			
Modalidad	Presencial			
Resultados de aprendizaje	CO_02. Dominar los fundamentos metodológicos de la gestión de la información y la comunicación digital en una organización para que sirvan de base de conocimiento a las habilidades que se adquirirán como resultado del proceso de formación y aprendizaje. CO_03. Conocer las normas y las directrices operantes, incluyendo el marco regulatorio y legal, para el diseño y la implantación de la política de información, comunicación y transparencia de			



		una organización. HA_02. Analizar la evolución de situaciones complejas para establecer medidas correctoras vinculadas con la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización, evaluando el valor de la información y la comunicación en el proceso. HA_04. Evaluar el estado de la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización y recoger dicho estado en informes de situación. HA_05. Diseñar planes de gestión de la información documental y planes de comunicación estratégica adaptados a las necesidades y el entorno específicos de una organización, incluyendo la creación, ejecución y evaluación de dichos planes en sus diferentes aspectos y fases. HA_07. Interpretar y analizar las necesidades y las prácticas de uso y consumo de la información digital de productores y usuarios de los servicios de información en el marco de una organización. HA_08. Emplear y evaluar la aplicación y el uso de las herramientas tecnológicas de gestión de la información documental con un enfoque centrado en el análisis de tareas y en el usuario. HA_09. Aplicar las técnicas necesarias para identificar, analizar y evaluar los procesos y los recursos de información en las organizaciones, con un enfoque propio de la auditoría de información. HA_10. Organizar los procesos y los recursos del sistema de información documental que dan soporte a las acciones de inteligencia corporativa desde una perspectiva estratégica y competitiva. CP_03. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate. CP_04. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional. CP_05. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora. CP_06. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.	
Breve descripción de los contenidos de la materia		• Sistemas de gestión de documentos (6 ECTS): se orienta a los fundamentos, el fin y el funcionamiento de los sistemas de gestión de documentos. Planificación y evaluación de sistemas de gestión de documentos; políticas de gestión documental; administración electrónica; transparencia: publicidad activa y derecho de acceso. • Usos y consumos de información digital (6 ECTS): aborda las necesidades y las prácticas de uso y consumo de la información por una organización o por los usuarios de sus servicios de información. Estudio de las necesidades y usos de la información digital; usuarios y consumidores de la información; comportamiento informacional, hábitos y conductas informativas; proceso de búsqueda y consumo de la información; perspectivas y modelos de estudio de los usos y consumos de información. • Evaluación de herramientas para la gestión de la información (6 ECTS): se enfoca hacia la metodología para evaluar la aplicación y el uso de las tecnologías que se usan en un sistema de información documental. Métodos y técnicas para la evaluación y la selección de herramientas de gestión de información; análisis de tareas; enfoque centrado en el usuario de información. • Auditoría de recursos de información (6 ECTS): se basa en la identificación, análisis y valoración de los recursos de información que posee una organización. Concepto, objetivos y tipos de la auditoría de información; método de auditoría de información; auditoría de información en los procesos de negocio; auditoría de sistemas de gestión de documentos. • Inteligencia estratégica y competitiva (6 ECTS): presenta los procesos de inteligencia estratégica y competitiva que realizan las organizaciones para conocer e influir en su entorno. Inteligencia estratégica y sistemas de gestión; planificación y evaluación de unidades de inteligencia en las organizaciones y empresas; producción, transferencia y evaluación de informes de inteligencia.	
Materia 3	Comunicación corporativa	Nº ECTS:	30
Tipología	Mixta		
Organización temporal	Los 6 ECTS obligatorios se impartirán en el primer semestre, mientras que los 24 ECTS optativos se impartirán en el segundo semestre		
Modalidad	Presencial		
Resultados de aprendizaje	CO_02. Dominar los fundamentos metodológicos de la gestión de la información y la comunicación digital en una organización para que sirvan de base de conocimiento a las habilidades que se adquirirán como resultado del proceso de formación y aprendizaje. CO_03. Conocer las normas y las directrices operantes, incluyendo el marco regulatorio y legal, para el diseño y la implantación de la política de información, comunicación y transparencia de una organización. HA_02. Analizar la evolución de situaciones complejas para establecer medidas correctoras vinculadas con la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización, evaluando el valor de la información y la comunicación en el proceso. HA_04. Evaluar el estado de la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización y recoger dicho estado en informes de situación. HA_05. Diseñar planes de gestión de la información documental y planes de comunicación estratégica adaptados a las necesidades y el entorno específicos de una organización, incluyendo la creación, ejecución y evaluación de dichos planes en sus diferentes aspectos y fases. HA_11. Seleccionar y emplear las herramientas tecnológicas para la gestión y la comunicación de contenidos en sitios web, comunidades virtuales y redes sociales corporativas. HA_12. Planificar y desarrollar eventos propios de la comunicación corporativa considerando su correspondiente protocolo. HA_13. Aplicar los principales instrumentos de las relaciones con los medios de comunicación empleados en un entorno digital, así como evaluar sus resultados.		



	HA_14. Aplicar y evaluar acciones que desarrollen una política de marca y de reputación corporativas digitales. CP_03. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate. CP_04. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional. CP_05. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora. CP_06. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.		
Breve descripción de los contenidos de la materia			
- Gestión de la comunicación estratégica (6 ECTS): engloba los fundamentos, el fin y la implantación de planes de comunicación estratégica. Ámbitos de la comunicación estratégica; planificación y evaluación del proceso de consultoría de comunicación digital; creación y ejecución del plan de comunicación: situación, objetivos, públicos, mensajes, canales, calendario y presupuesto. - Gestión de contenidos, comunidades y redes sociales (6 ECTS): afronta las aportaciones de la gestión de contenidos y de la gestión de comunidades y redes sociales a la comunicación estratégica de una organización. Sitios web y blogs corporativos; comunidades virtuales y redes sociales; plataformas de fotografía, audio y video; identidad digital. - Marca corporativa digital (6 ECTS): se orienta al desarrollo de una política de marca corporativa en un entorno digital. Conceptos de marca, identidad, imagen y posicionamiento; gestión de marca en el entorno digital; análisis y estrategias en la consultoría de marca; trabajo de las agencias en campañas publicitarias de marca. - Relaciones con los medios de comunicación (6 ECTS): contiene los diversos modos y técnicas que un gabinete de comunicación corporativa utiliza para relacionarse con los medios de comunicación social en el entorno digital. Nota y comunicado de prensa; convocatoria de prensa; rueda de prensa; entrevista; visita de medios; dossier de prensa; <i>clipping</i> de prensa; comunicación de crisis. - Organización de eventos y protocolo (6 ECTS): se centra en los modos y técnicas que un gabinete de comunicación corporativa utiliza para enviar información al exterior mediante la organización de actos y en cómo se analiza su repercusión. Organización de eventos por medios digitales; protocolo para eventos y su aplicación práctica; planificación práctica de un evento, programa y medios materiales; congreso y acto promocional; asesoría de comunicación e imagen para eventos.			
Materia 4		Interdisciplinar	Nº ECTS: 6
Tipología		Optativa	
Organización temporal		Los 6 ECTS se impartirán en el segundo semestre	
Modalidad		Presencial	
Resultados de aprendizaje		CP_03. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate. CP_06. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.	
Breve descripción de los contenidos de la materia			
Los estudiantes podrán flexibilizar su currículo académico cursando esta materia optativa. Podrán elegir entre las asignaturas ofertadas cada curso para el segundo semestre por otros másteres oficiales de la Universidad de Zaragoza.			

Materia 5	Prácticas externas	Nº ECTS:	6
Tipología	Prácticas académicas externas (obligatoria)		
Organización temporal	Los 6 ECTS se impartirán en el segundo semestre		
Modalidad	Presencial		
Resultados de aprendizaje	HA_01. Organizar la planificación, el diseño y la evaluación de un proyecto de consultoría en información y comunicación digital, incluyendo asimismo los proyectos de emprendimiento. HA_02. Analizar la evolución de situaciones complejas para establecer medidas correctoras vinculadas con la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización, evaluando el valor de la información y la comunicación en el proceso. HA_03. Utilizar la metodología, las herramientas y el software para la gestión de proyectos alineados con el entorno, los objetivos y los recursos informativos y comunicativos de una organización. HA_04. Evaluar el estado de la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización y recoger dicho estado en informes de situación. HA_05. Diseñar planes de gestión de la información documental y planes de comunicación estratégica adaptados a las necesidades y el entorno específicos de una organización, incluyendo la creación, ejecución y evaluación de dichos planes en sus diferentes aspectos y fases. HA_06. Aplicar tecnologías y herramientas digitales para el tratamiento documental y la comunicación corporativa en el seno de una organización: descripción, búsqueda y visualización de la información; gestión de contenidos, recursos y clientes; minería de datos y de texto; diseño; preservación y continuidad digital. HA_07. Interpretar y analizar las necesidades y las prácticas de uso y consumo de la información digital de productores y usuarios de los servicios de información en el marco de una organización. HA_08. Emplear y evaluar la aplicación y el uso de las herramientas tecnológicas de gestión de la		



	información documental con un enfoque centrado en el análisis de tareas y en el usuario. HA_09. Aplicar las técnicas necesarias para identificar, analizar y evaluar los procesos y los recursos de información en las organizaciones, con un enfoque propio de la auditoría de información. HA_10. Organizar los procesos y los recursos del sistema de información documental que dan soporte a las acciones de inteligencia corporativa desde una perspectiva estratégica y competitiva. HA_11. Seleccionar y emplear las herramientas tecnológicas para la gestión y la comunicación de contenidos en sitios web, comunidades virtuales y redes sociales corporativos. HA_12. Planificar y desarrollar eventos propios de la comunicación corporativa considerando su correspondiente protocolo. HA_13. Aplicar los principales instrumentos de las relaciones con los medios de comunicación empleados en un entorno digital, así como evaluar sus resultados. HA_14. Aplicar y evaluar acciones que desarrollen una política de marca y de reputación corporativas digitales. CP_01. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento. CP_02. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos. CP_03. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate. CP_04. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional. CP_05. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora. CP_06. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.		
Breve descripción de los contenidos de la materia			
Aplicación y ampliación de los conocimientos, las habilidades y las competencias necesarias para el ejercicio de la profesión de consultor de información y comunicación digital mediante la integración del estudiante en una empresa o institución como contexto de aprendizaje real.			
Materia 6	Trabajo Fin de Máster	Nº ECTS:	6
Tipología	TFM		
Organización temporal	Los 6 ECTS se impartirán en el segundo semestre		
Modalidad	Presencial		
Resultados de aprendizaje	HA_01. Organizar la planificación, el diseño y la evaluación de un proyecto de consultoría en información y comunicación digital, incluyendo asimismo los proyectos de emprendimiento. HA_02. Analizar la evolución de situaciones complejas para establecer medidas correctoras vinculadas con la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización, evaluando el valor de la información y la comunicación en el proceso. HA_03. Utilizar la metodología, las herramientas y el software para la gestión de proyectos alineados con el entorno, los objetivos y los recursos informativos y comunicativos de una organización. HA_04. Evaluar el estado de la gestión de la información y la comunicación corporativa en una organización y recoger dicho estado en informes de situación. HA_05. Diseñar planes de gestión de la información documental y planes de comunicación estratégica adaptados a las necesidades y el entorno específicos de una organización, incluyendo la creación, ejecución y evaluación de dichos planes en sus diferentes aspectos y fases. HA_06. Aplicar tecnologías y herramientas digitales para el tratamiento documental y la comunicación corporativa en el seno de una organización: descripción, búsqueda y visualización de la información; gestión de contenidos, recursos y clientes; minería de datos y de texto; diseño; preservación y continuidad digital. HA_07. Interpretar y analizar las necesidades y las prácticas de uso y consumo de la información digital de productores y usuarios de los servicios de información en el marco de una organización. HA_08. Emplear y evaluar la aplicación y el uso de las herramientas tecnológicas de gestión de la información documental con un enfoque centrado en el análisis de tareas y en el usuario. HA_09. Aplicar las técnicas necesarias para identificar, analizar y evaluar los procesos y los recursos de información en las organizaciones, con un enfoque propio de la auditoría de información. HA_10. Organizar los procesos y los recursos del sistema de información documental que dan soporte a las acciones de inteligencia corporativa desde una perspectiva estratégica y competitiva. HA_11. Seleccionar y emplear las herramientas tecnológicas para la gestión y la comunicación de contenidos en sitios web, comunidades virtuales y redes sociales corporativos. HA_12. Planificar y desarrollar eventos propios de la comunicación corporativa considerando su correspondiente protocolo. HA_13. Aplicar los principales instrumentos de las relaciones con los medios de comunicación empleados en un entorno digital, así como evaluar sus resultados. HA_14. Aplicar y evaluar acciones que desarrollen una política de marca y de reputación corporativas digitales.		



	CP_01. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento. CP_02. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos. CP_03. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate. CP_04. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional. CP_05. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora. CP_06. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
Breve descripción de los contenidos de la materia	
El Trabajo Fin de Máster consiste en una memoria escrita en la que el alumnado ha de demostrar que ha adquirido los conocimientos, las habilidades y las competencias asociados a la titulación. Es un trabajo que se realiza con la tutela y la dirección del docente que dirige el trabajo, para garantizar su adecuada confección y defensa ante la comisión evaluadora designada a tal efecto. La dirección, la elaboración y la defensa pública del TFM se atenderán a lo dispuesto en la normativa específica de la Universidad de Zaragoza.	

4.1.c. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

El procedimiento de adaptación al nuevo plan de estudios se regirá por lo dispuesto en el Acuerdo de 25 de junio de 2015, de Consejo de Gobierno, por el que se reglamenta la situación de los estudiantes que hubieran comenzado estudios en un plan de estudios Grado o de Máster Universitario que se haya visto modificado en algunas de las materias de su plan de estudios.

En la tabla siguiente se establece la relación de adaptaciones por materias. La tabla de adaptaciones por asignaturas se describe en el proyecto formativo.

Plan de estudios MUCICD (565)		Plan MUCICD adaptado (RD 288/2021)	
Asignatura	ECTS	Materia (bloque incluido en la descripción de contenidos de la tabla 4d)	ECTS
Gestión de proyectos en información y comunicación (63060)	6	1. Métodos y herramientas en información y comunicación (Gestión de proyectos en información y comunicación digital)	6
Métodos de análisis en información y comunicación (63061)	6	1. Métodos y herramientas en información y comunicación (Métodos y técnicas de análisis e investigación en información y comunicación)	6
Tecnologías de información y comunicación (63062)	6	1. Métodos y herramientas en información y comunicación (Tecnologías empleadas en información y comunicación)	6
Sistemas de gestión de documentos (63063)	6	2. Servicios de información (Sistemas de gestión de documentos)	6
Usos y consumos de información digital (63065)	6	2. Servicios de información (Usos y consumos de información digital)	6
Evaluación de herramientas para la gestión de la información (63066)	6	2. Servicios de información (Evaluación de herramientas para la gestión de la información)	6
Auditoría de recursos de información (63067)	6	2. Servicios de información (Auditoría de recursos de información)	6
Inteligencia estratégica y competitiva (63068)	6	2. Servicios de información (Inteligencia estratégica y competitiva)	6
Gestión de la comunicación estratégica (63064)	6	3. Comunicación corporativa (Gestión de la comunicación estratégica)	6
Gestión de contenidos, comunidades y redes sociales (63069)	6	3. Comunicación corporativa (Gestión de contenidos, comunidades y redes sociales)	6
Marca corporativa digital (63070)	6	3. Comunicación corporativa (Marca corporativa digital)	6
Relaciones con los medios de comunicación (63071)	6	3. Comunicación corporativa (Relaciones con los medios de comunicación)	6



Plan de estudios MUCICD (565)		Plan MUCICD adaptado (RD 288/2021)	
Organización de eventos y protocolo (63072)	6	3. Comunicación corporativa (Organización de eventos y protocolo)	6
Prácticas externas (63073)	6	5. Prácticas externas	6

4.2. ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades formativas más relevantes son las siguientes:

Clase magistral. Refiere a cualquier actividad basada en la exposición por parte del docente, pudiendo haber participación activa del estudiantado. Aporta al aprendizaje de contenidos.

Resolución de problemas y casos en aula. Refiere a cualquier actividad formativa en la que los estudiantes, con presencia permanente y supervisión por profesores, realizan trabajo práctico sin requerir equipamiento específico más allá del disponible en un aula informatizada. Aporta al aprendizaje de contenidos y habilidades.

Trabajos de discentes y otras actividades formativas. Son aquellas actividades formativas en las que los estudiantes, individualmente o en equipo, apliquen los resultados de aprendizaje adquiridos y los reflejen en una evidencia de aprendizaje. Aporta principalmente al aprendizaje de contenidos y competencias.

Estudio. Incluye cualquier actividad de estudio que no se haya incluido en las actividades anteriores (trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, hacer problemas y ejercicios, etc.). Aporta principalmente al aprendizaje de contenidos.

Prácticas externas. Realización de trabajos propios del profesional de la información y la comunicación corporativa en un entorno laboral. Aporta principalmente al aprendizaje de habilidades y competencias. Las prácticas se gestionarán a través de Universa y podrán realizarse en instituciones, administraciones, empresas, organizaciones sociales o en otras entidades. Cada estudiante tendrá un tutor académico y un tutor en la organización en la que realice las prácticas, que serán los encargados del seguimiento y la supervisión del trabajo del estudiante. Tras la finalización de la estancia de prácticas, el estudiante deberá redactar y entregar al tutor académico una memoria de prácticas.

Trabajo Fin de Máster. Realizar, redactar y defender un proyecto integral, como demostración y síntesis de los resultados de aprendizaje adquiridos. Aporta al aprendizaje de contenidos, habilidades y competencias. Información detallada sobre el TFM puede encontrarse en el [Reglamento](#) de los Trabajos de Fin de Grado y de Fin de Máster de las titulaciones que se imparten en la Facultad de Filosofía y Letras.

METODOLOGÍAS DOCENTES:

La estrategia metodológica de la titulación se caracteriza en las materias de tipología obligatoria, optativa y mixta por una combinación de diferentes metodologías docentes entre las que destacan la clase magistral, la resolución de problemas y casos en el aula, y la realización de trabajos de discentes fuera del aula. A ello hay que sumar las prácticas externas curriculares, que son obligatorias y que aportan el aprendizaje experiencial en el ámbito profesional.

El uso de la tecnología educativa tiene asimismo un peso sustancial en la aplicación de las metodologías docentes, con el empleo de recursos tecnológicos como la plataforma de aprendizaje Anillo Digital Docente de la Universidad de Zaragoza.

Cada estudiante podrá flexibilizar su currículum académico optando por cursar la materia optativa "Interdisciplinar" hasta completar sus 6 ECTS. Podrá elegir entre un número determinado de asignaturas de otros títulos de máster universitario ofertadas por su afinidad con la titulación cursada.

La Universidad de Zaragoza se encuentra particularmente comprometida en la atención a estudiantes universitarios con discapacidad y necesidades educativas especiales. Para satisfacer este compromiso, la Oficina Universitaria de Atención a la Diversidad –OUAD– garantiza la igualdad de oportunidades a través de la plena inclusión de todos los estudiantes en la vida académica, y promueve la sensibilización y la concienciación de la



comunidad universitaria, comprometiéndose en la atención a estudiantes con necesidades especiales, respetando y atendiendo la diversidad. Así, adapta las actividades académicas y los sistemas de evaluación a las necesidades especiales de las personas con discapacidad y supervisa que los procesos y mecanismos de evaluación de los estudiantes con discapacidad se realicen con las mismas garantías que para el resto de los estudiantes. Más información en <http://ouad.unizar.es>

4.3. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación queda regulada por el Reglamento de Normas de Evaluación del Aprendizaje de la Universidad de Zaragoza.

Los principales sistemas de evaluación a utilizar en el título son:

Procedimientos escritos: permiten la evaluación principalmente de contenidos y competencias.

E01. Pruebas escritas: incluyendo pruebas objetivas, preguntas de desarrollo, preguntas cortas...

E02. Ejercicios escritos: comentario de documentos, trabajos, informes, ensayos...

Procedimientos orales: permiten la evaluación principalmente de contenidos.

E05. Presentación pública de temas o trabajos, incluyendo la defensa del TFM.

Procedimientos de desempeño: permiten la evaluación principalmente de habilidades y competencias.

E06. Resolución de ejercicios de aplicación como, por ejemplo, trabajos prácticos.

E07. Elaboración de proyectos.

Procedimientos de recolección de evidencias de la actividad: permiten la evaluación principalmente de habilidades y competencias.

E08. Diarios o dosieres, incluida la memoria de prácticas.

E09. Portafolio de aprendizaje.

Todos los sistemas de evaluación pueden ser utilizados tanto para la evaluación individual como en grupo, excepto las pruebas escritas, las pruebas de evaluación formativa y los exámenes orales, que en principio serán solo individuales. De igual forma, se podrá contemplar la evaluación docente-estudiante, la coevaluación y autoevaluación. Los procesos de evaluación asegurarán el control de identidad de cada estudiante mediante la presentación de la documentación oficial y garantizará la identificación de una calificación única para cada estudiante que refleje la adquisición individual de los resultados de aprendizaje combinando las valoraciones de las diferentes pruebas de evaluación e identificando la aportación individual de cada persona a los trabajos en equipo. De mismo modo, el tratamiento del fraude académico queda reflejado en la Normativa de Convivencia Académica. Para asegurar que es el estudiante quien ha realizado las pruebas de evaluación no presenciales y virtuales sin ayuda externa, tales como actividades online, trabajos o TFM, además del control antiplagio (COMPILATIO), se podrán activar mecanismos como actividades y pruebas sincrónicas, defensas orales de los trabajos o tutorías individuales orientadas a la comprobación de la autoría del alumno.

La evaluación de las **Competencias Transversales** queda descrita en el documento "Sello 1+5 UNIZAR" y es responsabilidad de las asignaturas Punto Control en las que el equipo docente realizara la valoración de las mismas basándose en los instrumentos publicados por el Centro de Innovación, Formación e Investigación en Ciencias de la Educación de la Universidad de Zaragoza (CIFICE). La valoración de estas competencias se concretará en una valoración cualitativa que permitirá realizar un perfil competencial para cada estudiante, que será anexo a su certificación académica.

Las **prácticas externas** se valoran por parte del tutor académico teniendo en cuenta: el informe del tutor en la entidad colaboradora, en caso de que lo haya; el grado de consecución de los objetivos del proyecto formativo de las prácticas; y el contenido y calidad de la memoria y su exposición. Todo ello de acuerdo con las Directrices y procedimientos sobre prácticas académicas externas de la Universidad de Zaragoza recogidas en <https://empleo.unizar.es/normativa>.

La evaluación del **Trabajo Fin de Máster** se realiza valorando una memoria del mismo y su defensa en acto público ante un tribunal universitario compuesto por 3 personas de ámbitos de conocimiento vinculados al título. Las características concretas de los TFM se desarrollan también en un reglamento específico de la Universidad de Zaragoza.



4.4. ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS

No procede.

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. PERFIL BÁSICO DEL PROFESORADO

DESCRIPCIÓN Y ESTRUCTURA DE LA PLANTILLA DE PROFESORADO

El profesorado del máster pertenece a tres departamentos de la Universidad de Zaragoza: Departamento de Ciencias de la Documentación e Historia de la Ciencia, Unidad Predepartamental de Periodismo y de Comunicación Audiovisual y Publicidad, y Departamento de Informática e Ingeniería de Sistemas. Por otro lado, el cuerpo docente pertenece a cuatro áreas: Biblioteconomía y Documentación, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad, y Lenguajes y Sistemas Informáticos.

Por otro lado, buena parte del profesorado está integrado en varios institutos de investigación: Instituto Universitario de Investigación en Patrimonio y Humanidades (IPH), Instituto Universitario de Investigación en Ciencias Ambientales (IUCA), Instituto Universitario de Investigación en Empleo, Sociedad Digital y Sostenibilidad (IEDIS), e Instituto Universitario de Investigación en Ingeniería de Aragón (I3A). Forma parte además de los siguientes grupos de investigación reconocidos y financiados por la Comunidad Autónoma de Aragón: Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (S29_23R), Transficción-Discursos y relatos de la Transición (H08_23R), Computer Science for Complex System Modelling (T64_23R), Grupo de Estudios en Ordenación del Territorio (H07_23R), Smart Data and Networks (T40_23D), IAAA-Sistemas de Información Avanzados (T59_23R), y Grupo de Investigación en Interfaces Avanzados (T60_23R).

La trayectoria investigadora, las principales publicaciones, las tesis doctorales dirigidas y la experiencia docente acreditada del profesorado asignado al título pueden consultarse en los perfiles públicos de todos ellos disponibles tanto en la aplicación Sideral Unizar (<https://janovas.unizar.es/sideral/CV/busqueda>) como en el sitio web de los citados institutos universitarios de investigación (<https://iphunizar.com>; <https://iuca.unizar.es/>; <https://iedis.unizar.es/>; <https://i3a.unizar.es/es>).

Como se plasma en la Tabla Resumen del profesorado asignado al título, más del 78 % es profesorado permanente doctor. El resto cuenta con el título de doctor y está acreditado. Además, la totalidad del profesorado cuenta con experiencia docente en el máster.

Tabla Resumen del profesorado asignado al título

Tabla de estructura del profesorado

Año académico: 2022/2023

Estudio: Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital

Centro: Facultad de Filosofía y Letras

Datos a fecha: 23-07-2023

Categoría	Total	%	En primer curso	Nº total sexenios	Nº total quinquenios	Horas impartidas	%
Cuerpo de Catedráticos de Universidad	3	13,04	3	10	14	71,0	7,36
Cuerpo de Profesores Titulares de Universidad	10	43,48	10	24	39	569,9	59,09
Profesor Contratado Doctor	5	21,74	5	2	0	162,0	16,79
Profesor Ayudante Doctor	3	13,04	3	0	0	100,8	10,45
Profesor Asociado	2	8,70	2	0	0	60,8	6,30
Total personal académico	23	100,00	23	36	53	964,5	99,99

MÉRITOS DOCENTES DEL PROFESORADO NO ACREDITADO

No procede.



MÉRITOS DE INVESTIGACIÓN DEL PROFESORADO NO DOCTOR

No procede.

5.2. PERFIL BÁSICO DE OTROS RECURSOS DE APOYO A LA DOCENCIA NECESARIOS

El personal de apoyo de servicios generales y el personal administrativo y técnico de los departamentos implicados en la docencia del máster son suficientes y adecuados y se detallan en los siguientes enlaces:

- Enlace a la RPT del PTGAS (págs. 35, 50 y 51): [Relación de Puestos de Trabajo del Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios.](#)
- Enlace a la información acerca del PTGAS específico de la Facultad de Filosofía y Letras (págs. 7 y 8): [Personal Técnico y de Gestión de Administración y Servicios.](#)

5.3. PERFIL DE PROFESORADO Y PERSONAL DE APOYO NECESARIO Y NO DISPONIBLE Y PLAN DE CONTRATACIÓN

No procede.

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURAS, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

6.1. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Los medios materiales y servicios disponibles (espacios dedicados a actividades académicas y docentes, equipamiento audiovisual e informático en aulas y seminarios, biblioteca y salas de lectura, laboratorios, etc.) se encuentran ubicados en el nuevo edificio de la Facultad de Filosofía y Letras, en funcionamiento desde el curso 2023-2024. Cabe subrayar que la disponibilidad de todos los recursos digitales que ofrece la Universidad de Zaragoza y el equipamiento de la Facultad (internet, anillo digital docente, equipamiento para retransmisión en *streaming* desde las aulas, etc.) constituye un conjunto de herramientas que hacen posible, de manera mejorada gracias a las nuevas instalaciones, la impartición del máster. Por consiguiente, los recursos materiales disponibles son adecuados para garantizar la adquisición de conocimientos o contenidos, competencias y habilidades o destrezas, así como el desarrollo de actividades formativas planificadas, cumpliendo con los criterios de accesibilidad universal y diseño para el alumnado de la titulación. La información actualizada al respecto se encuentra en el [documento sobre infraestructuras y recursos materiales](#) de la Facultad de Filosofía y Letras.

6.2. PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

Las prácticas académicas externas están articuladas como materia obligatoria, ajustándose a la normativa y procedimientos de la Universidad de Zaragoza que se encuentran preparados desde el punto de vista del [estudiante](#) del [docente](#) y de la [entidad](#).

La materia está gestionada administrativamente por Universa, y académicamente por la coordinación del máster y por los docentes que ejerzan como tutores de cada estancia de prácticas. Es función de la coordinación gestionar y velar por el buen funcionamiento de las relaciones que se establecen entre el estudiante y del tutor profesional en la organización. Además, gestiona el procedimiento de búsqueda y asignación de plazas, y está en constante comunicación con Universa. Por su parte, el tutor académico recibe los informes de los tutores profesionales y la memoria de prácticas de los estudiantes, y califica la materia.

A través de este [recurso en línea](#) se pueden consultar los convenios firmados por la Universidad de Zaragoza para la realización de prácticas externas entre 2013 y 2022. Se incluye a continuación una tabla con una relación de centros de prácticas para el máster, el número de plazas disponibles y el número de tutores por centro.



Centros de prácticas	Nº de plazas	Nº de tutores
Agencia Aragonesa de Comunicación y Nuevas Tecnologías	1	1
Agencia EFE	1	1
Asociación Española contra el Cáncer	1	1
Aragón Digital	1	1
Archivo Universitario, Universidad de Zaragoza	1	1
Ayuntamiento de Zaragoza	1	1
Balboa Media	1	1
Bergner Europe	1	1
Biblioteca de Humanidades María Moliner, Universidad de Zaragoza	1	1
Birdcom Comunicación y Diseño	1	1
Cáritas Diocesana de Zaragoza	1	1
Carreras Grupo Logístico	1	1
Colectivo de Derechos Humanos Nicaragua Nunca Más	1	1
Confederación Hidrográfica del Ebro	1	1
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión	1	1
Cruz Roja Española en Aragón	1	1
Embou Nuevas Tecnologías	1	1
Essentia Creativa Consultores	1	1
Extradigital	1	1
Factoría Plural	1	1
Fundación Ecología y Desarrollo	1	1
Fundación Ibercivis	1	1
Fundación Oxfam Intermon	1	1
Fundación Ramón Rey Ardid	1	1
Gabinete de imagen y comunicación, Universidad de Zaragoza	1	1
Gobierno de Aragón	1	1
Haiku Comunicación	1	1
Henneo Media	1	1
Heraldo de Aragón Editora	1	1
Hiberus Medias Labs	1	1
Hiberus Search	1	1
Hiberus Tecnologías de la Información	1	1
Ibercaja Banco	1	1
Instituto Confucio, Universidad de Zaragoza	1	1
Kubo Comunicación	1	1
Kuhn Rikon Española	1	1
Marketing 3000	1	1
MIT Comunicación Estratégica	1	1
Navas Fauna y Ocio	1	1
NubeWords Agencia de Contenidos	1	1
Numéricco	1	1
Prensa Diaria Aragonesa	1	1
Ril Estudio 360	1	1
Semmantica Comunicación	1	1
Socialonce Marketing & Internet	1	1
SPK Marketing & Advertising	1	1
Sumun Comunicación Global	1	1
Zeta Audiovisual Aragón	1	1
Zerca Market Digital	1	1
Zeumat	1	1



6.3. PREVISIÓN DE DOTACIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

No procede.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN DE LA MODIFICACIÓN DEL TÍTULO

CURSO DE INICIO		2025-2026
Curso 2025/2026	IMPLANTACIÓN MODIFICACIÓN MÁSTER	TITULACIÓN QUE SE MODIFICA
	1º	SE EXTINGUE

7.2. PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

No procede.

7.3. ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

No procede.

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

La Facultad de Filosofía y Letras, desde la que se imparte esta titulación, es un centro acreditado institucionalmente. El funcionamiento del Sistema Interno de Garantía de la Calidad del centro se basa en una serie de órganos y mecanismos de coordinación, evaluación y mejora continua de los estudios, previstos en el este enlace con la información sobre la acreditación institucional de la Facultad.

8.2. MEDIOS PARA LA INFORMACIÓN PÚBLICA

La Universidad de Zaragoza cuenta con una Instrucción técnica sobre la información pública de las titulaciones oficiales en la que se establece la forma en que la Universidad efectúa la publicación y revisión de información sobre sus estudios oficiales para los distintos grupos de interés, así como los responsables y los agentes de los procesos internos necesarios para que toda la información académica esté disponible en la web de estudios (principal plataforma de publicación de información de los títulos oficiales).

De manera adicional, para facilitar la búsqueda de la información según una serie de criterios (disciplina, modalidad, palabras clave, duración...) se ha configurado un buscador de máster universitario, que se actualiza cada curso en el momento de apertura de la primera fase de admisión.

Por otra parte, la universidad pone a disposición de cada estudiante tanto una cuenta de correo personal, como una cuenta de acceso a la plataforma de Anillo Digital Docente mediante la que puede comunicarse con todo el sistema administrativo de la entidad y con el equipo docente de cada titulación.

