

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

7206 *Resolución de 11 de julio de 2016, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Comunicación e Identidad Corporativa.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de enero de 2016 (publicado en el «BOE» de 19 de febrero de 2016, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 3 de febrero de 2016),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Mpáster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa por la Universidad Internacional de La Rioja.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo adjunto.

Logroño, 11 de julio de 2016.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa por la Universidad Internacional de La Rioja

Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas

1. Distribución del Plan de Estudios en Créditos ECTS, por tipo de materia:

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias	42
Optativas	0
Prácticas Externas	6
Trabajo Fin de Máster	12
Total	60

2. Explicación general de la planificación del plan de estudios:

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Identidad y Construcción de Marca en las Organizaciones (18 ECTS).	Identidad y Branding Corporativo.	6	OB
	Cultura, Talento y Liderazgo en las Organizaciones.	6	OB
	Responsabilidad Social Corporativa.	6	OB
Comunicación Estratégica (12 ECTS).	Gestión Reputacional de la Comunicación Corporativa.	6	OB
	Nuevos Formatos, Medios y Canales para la Comunicación y Desarrollo de Marca Corporativa.	6	OB
Investigación e Innovación en Comunicación y Marca (12 ECTS).	Métodos de Investigación en Comunicación y Marca.	6	OB
	La Medición de Intangibles Empresariales.	6	OB
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	6	PE
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM