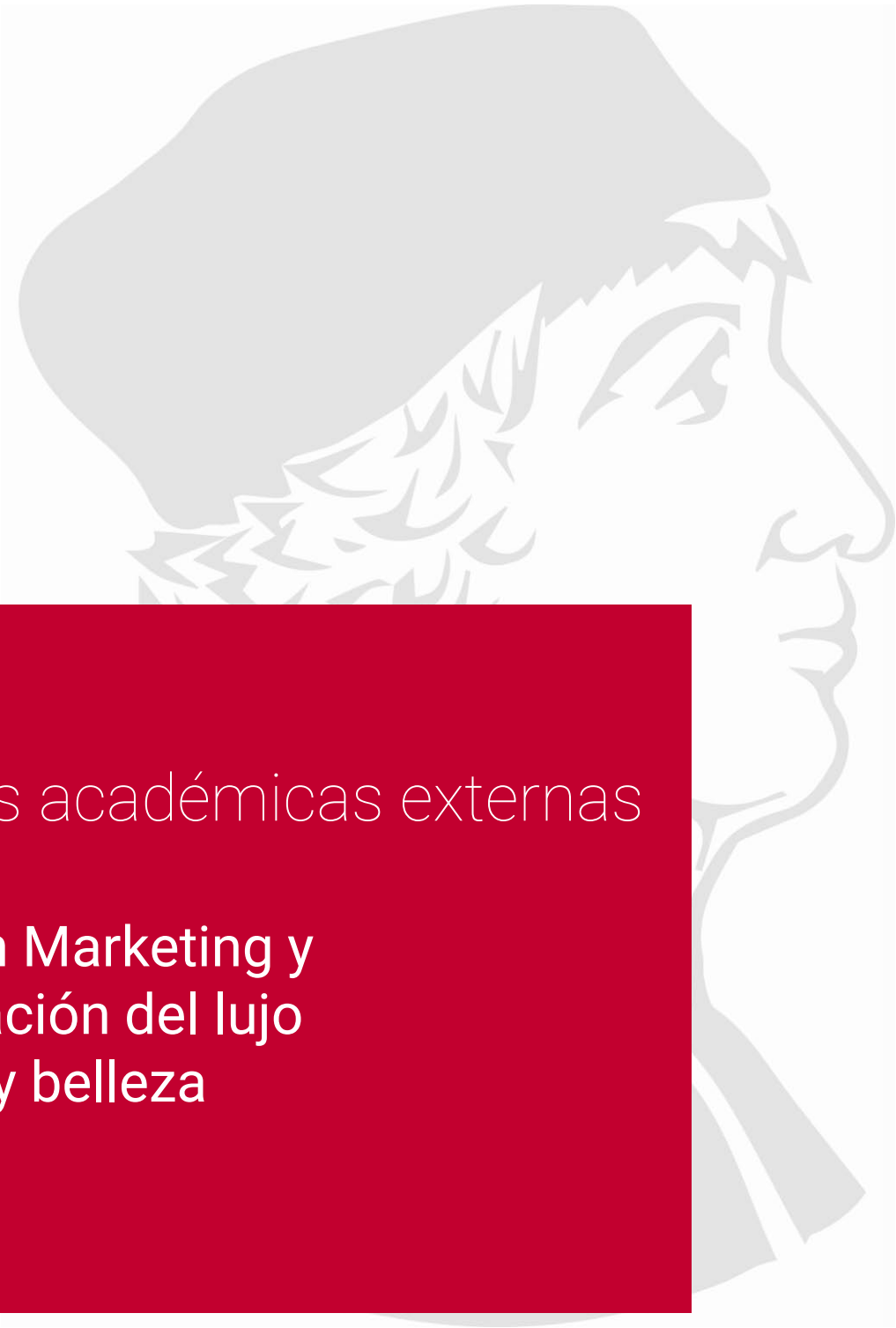




Prácticas académicas externas

**Máster en Marketing y
comunicación del lujo
en moda y belleza
2025-26**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas Académicas Externas / External Academic Practices

Titulación: Máster en marketing y comunicación del lujo en moda y belleza

Curso Académico: 2025-2026

Carácter: Prácticas externas

Idioma: Español

Modalidad: Presencial/virtual

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Dra. Virginia Navarro Mangado / Dra. Dña. Mar Ramos Rodríguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos o contenidos (Knowledge)

K5. Reconocer los diferentes mercados y segmentos que componen el actual mapa de la industria del lujo en moda y belleza.

K5. Recognize the different markets and segments that make up the current landscape of the luxury industry in fashion and beauty.

1.2. Habilidades o destrezas (Skills)

H4. Planificar e implementar el trabajo de una agencia de comunicación en lujo, de un show-room y organizar eventos de moda y de belleza.

H4. Plan and implement the work of a luxury communication agency, a showroom, and organize fashion and beauty events.

1.3. Competencias (Competences)

C5. Planificar el desarrollo y la dirección creativa de una colección de moda acorde a las necesidades de un proyecto en un mercado especializado, competitivo y globalizado del sector del lujo.

C5. Plan the development and creative direction of a fashion collection in line with the needs of a project in a specialized, competitive, and globalized luxury market.

C6. Develop professional or academic projects that delve into marketing and communication in the luxury industry, respecting ethics and professional responsibility, as well as cultural differences, inclusion, and diversity.

C6. Desarrollar proyectos profesionales o académicos que profundicen en el marketing y la comunicación de la industria del lujo, respetando la ética y responsabilidad profesional, así como las diferencias culturales, la inclusión y la diversidad

C7. Respect the development and implementation of solutions that respond to social demands, using the Sustainable Development Goals as a reference, while honoring diversity, the principles of universal accessibility, and design for all individuals in professional practice within the luxury fashion and beauty marketing and communication sector.

C7. Respetar el desarrollo y ejecución de soluciones que den respuesta a las demandas sociales, tomando como referente los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el respeto a la diversidad, los principios de accesibilidad universal y el diseño para todas las personas en el ejercicio profesional dentro del sector del Marketing y la comunicación del lujo en moda y belleza

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

2.2. Descripción de los contenidos

Prácticas académicas externas: realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones relacionadas con sus estudios de postgrado, tutorizadas por un tutor designado por la empresa y por un profesor de la Universidad, que llevará un seguimiento académico, garantizando así la transferencia de los conocimientos adquiridos en el máster al trabajo profesional y su adecuada evaluación.

External academic practices: carrying out professional training internships in companies or institutions related to their postgraduate studies, supervised by a tutor designated by the company and by a professor from the University, who will conduct academic monitoring, thus ensuring the transfer of knowledge acquired in the master's program to professional work and its proper evaluation.

2.3 Actividades formativas

Asignatura con Caracter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF5 Prácticas profesionales (92%)	138	138 (100%)
AF6 Elaboración de memoria de prácticas (5%)	7,5	0 (0%)
AF3 Tutorías (3%)	4,5	3,75 (83%)
Total	150	141,75

Asignatura con Caracter virtual

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales
AF5 Prácticas profesionales (92%)	138	138 (100%)
AF6 Elaboración de memoria de prácticas (5%)	7,5	0 (0%)
AF10 Tutorías virtuales (3%)	4,5	3,75 (83%) síncronas, no presenciales
Total	150	141,75

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:

- 0 – 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 – 8,9 Notable (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

Según lo recogido en el **Procedimiento de actuación en la realización de prácticas externas**:

Los créditos correspondientes a prácticas externas serán evaluados con una nota entre el 0 y el 10. La nota obtenida en las Prácticas computará a efectos de la obtención de la media en el expediente, la baremación para la solicitud de becas, pero no para el cómputo de créditos necesarios para permanecer en la universidad. Asimismo, debido a la tipología de la asignatura no se contempla la concesión de Matrícula de Honor, aunque se haya obtenido la calificación de 10. El alumno podrá solicitar una revisión de la evaluación final al Coordinador del Dep. Carreras Profesionales.

3.2. Criterios de evaluación¹

Asignatura con Caracter presencial

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Convocatoria Ordinaria		
Modalidad presencial	MÍNIMO	MÁXIMO
SE6 Informe del alumno	60%	60%
SE7 Certificado empresarial e Informe de la empresa	20%	20%
SE8 Evaluación del tutor académico de prácticas	20%	20%
Total	100%	100%
Convocatoria Extraordinaria		
Modalidad presencial	MÍNIMO	MÁXIMO
SE6 Informe del alumno	60%	60%
SE7 Certificado empresarial e Informe de la empresa	20%	20%
SE8 Evaluación del tutor académico de prácticas	20%	20%
Total	100%	100%

^{1 1} Según lo acordado en la Comisión de Garantía de Calidad y como queda recogido en las acciones de mejora del título (Memoria Anual de Funcionamiento curso 2022/23), el porcentaje de evaluación se adecúa a la directriz general de la Facultad de Comunicación y Artes, subsanando la errata de la Memoria de Verificación.

Asignatura con Caracter virtual

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Convocatoria Ordinaria		
Modalidad presencial	MÍNIMO	MÁXIMO
SE6 Informe del alumno	60%	60%
SE7 Certificado empresarial e Informe de la empresa	20%	20%
SE8 Evaluación del tutor académico de prácticas	20%	20%
Total	100%	100%
Convocatoria Extraordinaria		
Modalidad presencial	MÍNIMO	MÁXIMO
SE6 Informe del alumno	60%	60%
SE7 Certificado empresarial e Informe de la empresa	20%	20%
SE8 Evaluación del tutor académico de prácticas	20%	20%
Total	100%	100%

3.3. Restricciones

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4. BIBLIOGRAFÍA

- https://www.nebrija.com/la_universidad/transparencia/pdf/procedimiento_realizacion_practicas_externas.pdf
- http://www.nebrija.com/vida_universitaria/practicas/index.php

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Dra. Virginia Navarro Mangado
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad
Correo electrónico de la Universidad Nebrija	vnavarro@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid- San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora p or email
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1992 ha desarrollado su actividad profesional como Consultora de Comunicación, especialista en Procesos de Influencia para diversas instituciones entre las que destacan el Ministerio de Defensa (ISFAS), Instituto de Empresa, Ilustre Colegio de Abogados de Madrid, Visa Citibank España, American Express, Ayuntamiento de Cuenca, Cepsa, NH Hoteles, Unión Fenosa, Telefónica de España, Instituto Vasco de Administraciones Públicas, Grupo Popular, Santa Lucía Seguros, Laboratorios Wyeth, Morgan Stanley, Antena 3, Iberia, Grupo Cortefiel, Sage, DHL, Crédito y Caución o la Junta de Extremadura. También es directora de Comunicación, Marketing y Recursos Humanos en Security World Wide, S.L.: Diseño, organización y ejecución de las estrategias de comunicación de los espacios dedicados a organización de eventos y espacios de ventas temporales. Como docente ha diseñado e impartido programas formativos en grados y postgrados universitarios (Universidad Nebrija y UCM) y ciclos técnicos superiores (Cámara de Comercio de Madrid) y en su labor investigadora destaca su tesis doctoral (2015) "La incidencia de las campañas electorales en la construcción de la imagen de los hospitales. Las crisis en los hospitales madrileños."

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Mar Ramos Rodríguez
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Bellas Artes y licenciada en Ciencias de la Información (Imagen y sonido)
Correo electrónico	mramos@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Ciencias de la Imagen y Sonido por la misma universidad. Curso de Experto en Tipografía Aplicada, dirigido por Marc Salinas, en La Basad (2019). Su práctica profesional se ha desarrollado en el mundo de la fotografía, la producción audiovisual y el diseño gráfico y editorial. Destaca su experiencia laboral en el mundo de la publicidad cinematográfica, en estudios de diseño y en la productora cinematográfica CineCompany, así como en las empresas de comunicación editorial Grupo Zeta y Vocento como diseñadora de numerosas publicaciones. En la Universidad Nebrija imparte docencia desde 1998 en programas de grado y postgrado en las áreas de Diseño digital, Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad al tiempo que lo compagina con proyectos gráficos y audiovisuales para empresas e instituciones como freelance. Investigación aplicada: - Cachán, C. y Ramos, M. (2017) Estrategias de éxito para comunicar salud. Madrid: Dykinson. - Herrero, M., Ramos, M y Santos, J. (2016) Evolución de los perfiles profesionales en los nuevos modelos de documentales. Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson. - Perlado, M. y Ramos, M. (2016) Festival Jóvenes Tocados por la Publicidad. Claves de un proyecto preprofesional de innovación. Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid: Dykinson. - Ramos M. y Santos, J. (2016) La evolución del cine documental: de producto audiovisual a interactivo en Costa, A. y Capucho, R. (coord.) Avanca Cinema International Conference 2016. Avanca: Cine-Clube de Avanca Edicoes. - Ganovic, I., Grijalba, N. y Ramos, M. (2016) La audiencia social en la ficción nacional: De los Tele Rodríguez a El Ministerio del tiempo. Audiencia social. En Estrategias de comunicación para medios y marcas. Madrid: Síntesis. - Ramos, M. (2016) Festival Jóvenes Tocados por la Publicidad. Análisis e investigación del proyecto preprofesional para su inclusión en el currículo de los alumnos de publicidad en la Universidad Antonio de Nebrija. [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid. - Ramos, M. (2014). El método del proyecto en los estudios de grado en Comunicación Audiovisual. El Festival de Cortos AdN como ejemplo aglutinador de competencias. Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Número especial: La comunicación en la profesión en la universidad de hoy. - Perlado, M., Ramos, M. y Toledano, F. (2014) Nuevas capacidades y perfiles profesionales en el sector audiovisual y publicitario: hacia la formación en competencias en Últimos estudios sobre Publicidad: de "Las Meninas" a los tuits. Sheila Liberal y Piedad Fernández (Coord.). Madrid: Fragua. - Ramos, M. (2013) Festival de Cortometrajes AdN: Una fórmula de éxito para la adquisición de competencias en Nuevas perspectivas modales para la enseñanza superior. José Rodríguez Terceño (Coord.). Madrid: Visión Libros.
---	---