

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en marketing y comunicación del lujo y belleza 2026-27

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura Trabajo Fin de Máster / Master's Thesis

Titulación: Máster Universitario en Marketing y Comunicación del lujo en moda y belleza

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Trabajo Fin de Máster

Idioma: Español/Inglés

Modalidad: Presencial / virtual

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dª Gema Barón Dulce

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. 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. 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

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.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias

2.2. Descripción de los contenidos

Trabajo fin de máster: Realización y defensa pública de un trabajo bajo la supervisión de uno o más tutores, en el que se integren y desarrollen los contenidos formativos recibidos, así como, las capacidades, competencias y habilidades adquiridas durante la titulación.

Master's thesis: Completion and public defense of a project under the supervision of one or more advisors, in which the educational content received, as well as the skills, competencies, and abilities acquired during the degree program, are integrated and developed.

2.3 Actividades formativas:

Asignatura con caracter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF2 Trabajo personal del alumno	141	0
AF3 Tutorías	7,5	7,5
AF7 Defensa y presentación del Trabajo Fin de Máster	1,5	1,5
Total	**150**	**9**

Asignatura con carácter virtual

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	Horas virtuales síncronas	Horas virtuales asíncronas
AF9 Trabajo personal del alumno a distancia	135	0	0
AF10 Tutorías virtuales	13,5	10	3,5
AF7 Defensa y presentación del Trabajo Fin de Máster	1,5	1,5	0
Total	**150**	**11,5**	**3,5**

3. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

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

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación*[1]

Según los acuerdos tomados en la I Comisión de Garantía de Calidad del curso 2023/24 de la Facultad de Comunicación y Artes, atendiendo al RD822/2021 y la nueva normativa de la Universidad Nebrija que entra en vigor en el curso 2023/24, se dispone que los estudiantes de máster pueden defender el Trabajo Fin de Máster con hasta 12 ECTS suspensos.

[1] *Según el acuerdo tomado en la Junta Extraordinaria de la Facultad de Comunicación y Artes, el 15/09/2023, se actualiza la normativa de TFG/TFM implantada por la Universidad Nebrija en el curso 2023/2024 y siguientes, y se incluye esta indicación en las guías docentes pertinentes hasta la modificación del programa: https://www.nebrija.com/carreras-universitarias/pdf/procedimiento-tfg-tfm.pdf*

[2] En la modalidad a distancia la defensa se realizará *online* a través de las herramientas de telepresencialidad disponibles en el campus virtual, que garantizan de manera síncrona la interacción entre alumno y tribunal. Esto se aplica tanto al TFM con perfil profesional como al TFM con perfil académico.

Asignatura con carácter presencial

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Convocatoria Ordinaria		
Modalidad presencial	**MÍNIMO**	**MÁXIMO**
SE9 Memoria de Trabajo de Fin de Máster	80%	80%
SE10 Defensa y evaluación del Trabajo de Fin de Máster	20%	20%
Total	**100%**	**100%**
Convocatoria Extraordinaria		
Modalidad presencial	**MÍNIMO**	**MÁXIMO**
SE9 Memoria de Trabajo de Fin de Máster	80%	80%
SE10 Defensa y evaluación del Trabajo de Fin de Máster	20%	20%
Total	**100%**	**100%**

Asignatura con carácter virtual

SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Convocatoria Ordinaria		
Modalidad presencial	**MÍNIMO**	**MÁXIMO**
SE9 Memoria de Trabajo de Fin de Máster	80%	80%
SE10 Defensa y evaluación del Trabajo de Fin de Máster	20%	20%
Convocatoria Extraordinaria		
Modalidad presencial	**MÍNIMO**	**MÁXIMO**
SE9 Memoria de Trabajo de Fin de Máster	80%	80%
SE10 Defensa y evaluación del Trabajo de Fin de Máster	20%	20%

3.3 Restricciones

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y 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.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscreminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

3.5. Uso de IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4 DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Gemma Barón Dulce
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Comunicación (Acreditada por ANECA)
Correo electrónico	gbaron@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 Cum Laude en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nebrija. Acreditada por la ANECA como Profesor Contratado Doctor, Profesor de Universidad Privada y Profesor Ayudante Doctor. Licenciada en Publicidad por Universidad Nebrija, Máster Universitario en Dirección de Comunicación por la UCAM. Ha trabajado en diversas Agencias Multinacionales de Publicidad, Marketing Relacional y Marketing Directo, así como en anunciantes en España y Francia. En el año 2010 se incorpora como profesora e investigadora en la Universidad Nebrija, impartiendo desde entonces diferentes asignaturas en el Grado de Publicidad y Grado en Marketing. Ha sido Coordinadora Académica del Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital Yahoo!, implementándolo en su lanzamiento en modalidad online (2012-2013) y Coordinadora Académica del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada TBWA (2014-2015 y 2015-2016). En la actualidad es la directora de programa del Grado en Marketing desde 2017.