

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

25039 *Resolución de 20 de octubre de 2025, de la Universidad Antonio de Nebrija, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Marketing y Comunicación del Lujo en Moda y Belleza.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 7 de octubre de 2025 (publicado en el BOE de 13 de octubre de 2025 por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 9 de octubre de 2025),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing y Comunicación del Lujo en Moda y Belleza, que queda estructurado según consta en el anexo de esta resolución.

Hoyo de Manzanares, 20 de octubre de 2025.–La Rectora, Monserrat Gomendio Kindelan.

ANEXO

Universidad Antonio de Nebrija

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE MÁSTER UNIVERSITARIO
EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DEL LUJO EN MODA Y BELLEZA*Planificación de las enseñanzas*

Descripción general del plan de estudios – Máster Universitario en Marketing
y Comunicación del Lujo en Moda y Belleza

Tipo de asignatura	Número ECTS
Asignaturas Obligatorias.	48
Prácticas Externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	6
Créditos totales.	60

*Plan de estudios – Máster Universitario en Marketing y Comunicación del Lujo en Moda
y Belleza*

Primer curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
El universo del lujo/The universe of luxury.	2	Obligatoria.	Códigos creativos y contenidos en la comunicación del lujo/Creative codes and content in luxury communication.	4	Obligatoria.
Ecosistema de la industria de la moda y la belleza/ Ecosystem of the fashion and beauty industry.	4	Obligatoria.	Estilismo, fotografía y fashion films/Styling, photography, and fashion films.	4	Obligatoria.

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Referencias históricas y culturales del lujo en moda y belleza/Historical and cultural references of luxury in fashion and beauty.	2	Obligatoria.	Imagen e identidad en el punto de venta (Visual Merchandising)/Image and identity at the point of sale. (Visual Merchandising).	2	Obligatoria.
Sostenibilidad y RSC/Sustainability and CSR (Corporate Social Responsibility).	4	Obligatoria.	Medios digitales, redes sociales e influencers/Digital media, social networks, and influencers.	4	Obligatoria.
El consumidor del lujo/The luxury consumer.	4	Obligatoria.	Experiencias de marca y eventos/Brand experiences and events.	4	Obligatoria.
Branding en la cultura del lujo/Branding in Luxury Culture.	4	Obligatoria.	Prácticas académicas externas/External academic practices.	6	Prácticas académicas externas.
Marketing estratégico del lujo en moda y belleza/Strategic marketing of luxury in fashion and beauty.	4	Obligatoria.	Trabajo Fin de Máster/Master's Thesis.	6	Trabajo fin de Máster.
El lujo como estrategia de marca/Luxury as a brand strategy.	4	Obligatoria.			
Comunicación estratégica del lujo en moda y belleza/Strategic communication of luxury in fashion and beauty.	2	Obligatoria.			
	30			30	

Relación de complementos de formación – Máster Universitario en Marketing y Comunicación del Lujo en Moda y Belleza

- El ámbito de Administración de Empresas, deben cursar complementos formativos en Comunicación: Herramientas de comunicación (3 ECTS) y/o Creatividad y comunicación de marca (3 ECTS), cuando el estudiante no acredite esa formación en la titulación de origen.
- El ámbito de Comunicación, deben cursar complementos formativos en Empresa: Fundamentos de Marketing (3 ECTS) y/o Economía y empresa (3 ECTS), cuando el estudiante no acredite esa formación en la titulación de origen.
- El ámbito de Moda o el ámbito de Protocolo y Eventos deben cursar complementos formativos en Comunicación: Herramientas de comunicación (3 ECTS) y Creatividad y comunicación de marca (3 ECTS), y en Empresa: Fundamentos de Marketing (3 ECTS) y Economía y empresa (3 ECTS).

Asignatura	ECTS	Carácter
Herramientas de comunicación.	3	Complemento formativo.
Creatividad y comunicación de marca.	3	Complemento formativo.
Fundamentos de Marketing.	3	Complemento formativo.
Economía y empresa.	3	Complemento formativo.