Universidad de Navarra

Análisis de datos para la empresa de moda (MFM)

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: En esta asignatura se ofrecen conocimientos y habilidades indispensables para la gestión en la empresa a partir del análisis de datos masivos. El contenido se centra principalmente en las áreas de comportamiento del consumidor (perfiles y atención al cliente); diseño de la oferta (tendencias, precios y gestión de almacenes), y comercialización (marca y puntos de venta).

- **Titulación**: Máster en Gestión de Moda
- **Módulo/Materia**: Principios y Gestión de Moda: gestión aplicada a la moda
- **ECTS**: 2
- **Curso, semestre**: 2026/27
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: María Ángeles Burguera; Elena Sanjurjo
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Aula 3 - 08:45-14:30 h

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

- CB6: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- CG5: Proponer soluciones creativas a los problemas de logística, gestión de almacenaje, distribución y atención al consumidor de moda previa y posteriormente a la venta.
- CG6: Aplicar las herramientas colaborativas propias de las empresas del sector en el trabajo con equipos multidisciplinares.
- CG8: Alcanzar acuerdos satisfactorios para las partes implicadas, descubriendo o creando elementos que produzcan valor añadido a las relaciones comerciales con proveedores y distribuidores de moda.
- CE1: Entender y aplicar los resultados del análisis de datos en la toma de decisiones para la definición, configuración y gestión de los proyectos de moda.
- CE2: Aplicar las técnicas relativas a la gestión de las operaciones (productos, procesos, sistemas de información, etc.) en empresas de moda. Ser capaces de diagnosticar e implementar procesos de mejora continua.
- CE4: Manejar las técnicas de marketing y gestión de los procesos de puesta en el mercado y lanzamiento de productos del sector de la moda.
- CE7: Identificar, en la industria de la moda, la problemática específica de empresas de tamaño pequeño y mediano.
- CE8: Manejar las herramientas principales para estudiar los resultados económicos de las empresas de moda.
- CE13: Manejar las herramientas de análisis del consumidor para poder desarrollar diversas estrategias de mercado.
- CE18: Diseñar y desarrollar proyectos de experiencia de consumo online (e-commerce y m-commerce) y offline.

PROGRAMA

1. El poder de los datos en la empresa. Viaje al data-driven.

2. Analítica descriptiva I y II

3. Aprendizaje supervisado y no supervisado. Proyecto de datos.

4. Taller de Power BI I y II

5. Ética de los datos y la IA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales teóricas

Trabajo no presencial del alumno: estudio personal, elaboración de trabajos, etc.

Pruebas de evaluación

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Intervención en clases, seminarios y clases prácticas: 20%

Evaluación final 60%, distribuida entre:

- examen parte 1: 35%

- entrega informe parte 2: 25%

Trabajos individuales y/o en equipo: 20%

Corresponde a la entrega y presentación del vídeo de la parte 2

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Intervención en clases, seminarios y clases prácticas: 20%

Evaluación final 60%, distribuida entre:

- examen parte 1: 35%

- entrega informe parte 2: 25%

Trabajos individuales y/o en equipo: 20%. Corresponde a la entrega y presentación del vídeo de la parte 2

HORARIOS DE ATENCIÓN

Los estudiantes pueden contactar con la profesora María Ángeles Burguera en el siguiente Email: mburguera@unav.es

Los estudiantes pueden contactar con la profesora Elena Sanjurjo en el siguiente E-mail: esanjurjo@unav.es

BIBLIOGRAFÍA

Apuntes de Estadística Descriptiva (Prof. Elena Sanjurjo). Ver en la carpeta Materiales Docentes (ADI).

Martínez González MA, Jokin de Irala Estévez, Faulin Fajardo FJ. Bioestadística amigable. Madrid: Ediciones Díaz de Santos; 3ª edición, 2013. Localízalo en la biblioteca (En papel) (En electrónico)

Monleón, Antonio. Big Data: hacia la cuarta revolución industrial. Ed. Universidad de Barcelona, 2018. Localízalo en la biblioteca

Peña Sánchez de Rivera, D. Fundamentos de estadística. Alianza Editorial Madrid, 2008. Localízalo en la biblioteca

Spiegelhalter, D. The art of statistics. Learning from data. A Pelican Book, 2019 Localízalo en la biblioteca

The Complete Playbook for Generative AI in Fashion BOF, June 2023