



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:** 2025/26
- **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



Universidad
de Navarra

1. El poder de los datos en la empresa. Viaje al data-driven.
2. Análítica 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
6. Presentación de Trabajos I y II (Examen)

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: 50%

Trabajos individuales y/o en equipo: 30%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Intervención en clases, seminarios y clases prácticas: 20%

Evaluación final: 50%

Trabajos individuales y/o en equipo: 30%

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 \(En papel\) \(En electrónico\)](#)



Universidad
de Navarra

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