Universidad de Navarra

Trabajo Fin de Máster (MFM)

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: La asignatura pretende que el estudiante se aproxime al trabajo de investigación y al enfoque profesional que se requiere para enfrentar los desafíos propios de la gestión de empresas de moda. Con este fin el alumno elabora, presenta y defiende un proyecto original, realizado individualmente, ante un tribunal universitario.

- **Titulación**: Máster en Gestión de Moda
- **Módulo/Materia**: Trabajo Fin de Máster
- **ECTS**: 12
- **Curso, semestre**: 2026/27
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: María Ángeles Burguera
- **Idioma**: Español/Inglés (El TFM podrá elaborarse y defenderse en español o en inglés, comunicándolo al profesor de la asignatura antes de la asignación del tutor)
- **Aula, Horario**: aula 3

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Generales

CG2 - Analizar los dilemas éticos y de responsabilidad social a partir de los protocolos de actuación, los principios deontológicos y los valores organizativos de las empresas de moda.

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.

CG7 - Programar objetivos y actividades, gestionar plazos y analizar resultados para implementar procesos de mejora en empresas de moda.

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

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

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

Específicas

CE6 - Entender en profundidad los modelos de negocio más innovadores de la industria de la moda y el funcionamiento de sus cadenas de valor.

CE12 - Lograr una visión profunda de un consumidor complejo, que hay que conocer en profundidad y desde diversas perspectivas (segmentación, comportamiento, tendencias).

CE15 - Construir la estrategia comercial en contextos en constante cambio, donde juegan un papel clave: la investigación comercial, el comportamiento del consumidor, la cartera de marcas de la empresa, el proceso de distribución y los planes comerciales.

PROGRAMA

Esta asignatura pretende que los estudiantes sean capaces de analizar con profundidad alguna cuestión relevante vinculada con el negocio de la moda. El trabajo será individual y habrá dos posibles modalidades:

Modalidad 1 o TFM de investigación aplicada: consiste en elaborar un proyecto empresarial en el ámbito de la moda y su plan de acción correspondiente, como por ejemplo, la mejora de gestión de alguna de las áreas funcionales de la empresa, el lanzamiento de una nueva línea de negocio, un plan de internacionalización, el relanzamiento de una marca, etc.;

Modalidad 2 o TFM de investigación básica: consiste en desarrollar con metodología académica una cuestión de estudio ligada a alguna de las asignaturas del máster.

Para esta asignatura se contará anualmente con una serie de tutores sobre los que se informará a los alumnos. De acuerdo con un calendario, los alumnos propondrán al profesor responsable de la asignatura el tema escogido. La adjudicación del supervisor se realizará en función de la adecuación del proyecto a las diferentes áreas de interés y según un número máximo de trabajos por tutor.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Desarrollo del TFM y de su memoria

Entrevista con el tutor del TFM

Defensa pública

EVALUACIÓN

Para la evaluación se establecerá un tribunal, conformado con al menos dos académicos y un profesional del sector, que analizará los siguientes elementos de la memoria presentada: estructura de la memoria, nivel de documentación sobre el tema planteado, redacción y coherencia de contenidos, creatividad y rigor en las soluciones o conclusiones propuestas (se ofrecerá una rúbrica como guía). Además, el alumno realizará una defensa pública oral ante un tribunal, que también será evaluada. Al tener carácter de trabajo final, se tendrá en cuenta especialmente el modo de integrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el máster.

CONVOCATORIA ORDINARIA

Valoración de la memoria escrita del TFM (85%) distribuido entre:

- Documento 1 entregado en ADI: 10%

- Documento 2 entregado en ADI: 15%

- Documento 3 o final del TFM: 60%

Exposición oral y defensa pública del TFM: 15%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Valoración de la memoria escrita del TFM: 85%

Exposición oral y defensa pública del TFM: 15%

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dra María Ángeles Burguera

Solicitar entrevista a través del mail:mburguera@unav.es

BIBLIOGRAFÍA

Cómo buscar información. Estrategia de búsqueda.

Biblioguía trabajos académicos de empresas de moda

Biblioguía trabajos académicos de economía y empresa

Fuentes, Juan Luis, and Roberto Cremades Andreu. *Cómo escribir un Trabajo de Fin de Máster*. Madrid: Síntesis, 2021. Localízalo en la biblioteca

Campollo-Urkiza A. (2022). Cómo escribir un Trabajo de Fin de Máster. *Revista Complutense de Educación*, *33*(2), 363-364. https://doi.org/10.5209/rced.80904

Cómo Hacer Tu Primer Trabajo de Investigación. Gedisa Editorial, 2020. Localízalo en la biblioteca (versión electrónica)

Mligo, E.S. (2016). Introduction to research methods and report writing: A practical guide for students and researchers in social sciences and the humanities. Wipf and Stock Publishers. Eugene, Oregon: Resource Publications, 2016. Localízalo en la biblioteca (versión electrónica).