



FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

NORMAS DE ESTILO DEL TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

1. El trabajo tendrá una extensión mínima de 40 páginas y máxima de 100 páginas en formato estándar (excluidos posibles anexos y las referencias bibliográficas):
 - Tipo y tamaño de fuente: Times New Román (12 pt).
 - Interlineado: 1,5.
 - Alineación: Justificación completa.
 - Márgenes: izquierdo (2,5 cm), derecho (2,5 cm), superior (3 cm), inferior (3 cm).
 - Tamaño de página: DIN-A4.

2. El Trabajo deberá incluir, entre otros, los siguientes apartados:
 - Portada.
 - Resumen.
 - Palabras clave.
 - Índice sumario y/o sistemático.
 - Introducción.
 - Planteamiento y desarrollo del tema, organizado en apartados (por ejemplo: Marco Teórico, Metodología, Resultados, Discusión...).
 - Conclusiones.
 - Bibliografía.
 - Anexo (en su caso).

3. En la portada deberá aparecer la siguiente información:
 - Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital
 - Facultad de Comercio y Gestión.
 - Mes y año en que se presenta.
 - Título completo del trabajo.
 - Trabajo realizado por [seguido de nombre completo del alumno].
 - Dirigido por [seguido de nombre completo del tutor o tutores].

4. Deberá cumplir cualquiera de las normas formales al uso (MLA, Harvard, APA, ISO, etc.) sobre presentación, citación, bibliografía, numeración y ordenación adecuada de capítulos, exposición de conclusiones, etc.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO
Y GESTIÓN



FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

MODELO DE PORTADA



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL

TRABAJO FIN DE MÁSTER
“TÍTULO”

Autor: Nombre del autor
Tutor/es: Nombre/s del/os tutor/es

Mes y Año con cuatro dígitos