

GD
25-26**GUÍA DOCENTE**
GRADO EN DISEÑO**ESPECIALIDAD: DISEÑO DE MODA****ASIGNATURA: GESTIÓN DE DISEÑO DE MODA****1. DATOS DE LA ASIGNATURA**

Tipo de materia:	Obligatoria específica
Materia a la que pertenece:	Gestión del Diseño de Moda
ECTS:	2 ECTS
Curso:	4º curso
Anual/semestral:	Semestral (1º semestre)
Horas de docencia (cómputo anual):	1 hora
Otras asignaturas de la de la misma materia:	Marketing: Diseño de moda I y II
Departamento:	Departamento de Teoría
Profesores:	Organización Industrial y Legislación

2. INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA**OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA**

La asignatura "Gestión del Diseño de Moda" pretende aportar al alumnado los conocimientos necesarios para tomar decisiones en la gestión de una marca de moda.

CONTRIBUCIÓN AL PERFIL DEL DISEÑADOR

Actualmente, en un contexto profesional tan competitivo, el diseñador necesita adquirir conocimientos de gestión de una marca de moda que le permitan desarrollar sus competencias comerciales para vender adecuadamente sus diseños.

3. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS PARA LA ESPECIALIDAD DEL DISEÑO DE MODA RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE ESTUDIOS:

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora

CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente

CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza

CT6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal

CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

COMPETENCIAS GENERALES:

CG5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

CG13 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

CEM12 Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial

- CEM13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de moda e industrial
- CEM14 Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial
- CEM15 Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

4. CONTENIDOS

Los contenidos de la asignatura descritos en el BORM que regula los estudios son las siguientes:

"Gestión de proyectos de diseño de moda. Gestión de calidad. Recursos y costes de la actividad profesional. El valor del diseño de moda. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia. Gestión de las marcas de moda. Identidad visual y personalidad de las marcas de moda. La colección: comunicación y storytelling. El precio del producto de moda".

Los anteriores contenidos se ordenan en los siguientes temas que se desarrollarán durante el curso:

- TEMA 1 GESTIÓN DE MARCAS. IDENTIDAD.
- TEMA 2 LANZAMIENTO Y COMUNICACIÓN DE UNA COLECCIÓN. RECURSOS Y COSTES.

TEMPORALIZACIÓN DE CONTENIDOS

Estos contenidos se desarrollan en los siguientes bloques o apartados de trabajo:

Al tratarse de una asignatura SEMESTRAL, los temas se organizan de la siguiente manera:

- PRIMER TRIMESTRE: TEMAS 1
- SEGUNDO TRIMESTRE: TEMAS 2

5. METODOLOGÍA

La asignatura cuenta con 2 horas presenciales de clase a la semana (asignatura semestral).

Junto a las explicaciones teóricas del profesor en las que se abordarán los contenidos programados, será fundamental la actividad práctica realizada en clase en la que intervendrá activamente el alumnado.

La metodología principal de la asignatura, para la parte práctica de la asignatura, será el aprendizaje basado en proyectos, estudio de casos reales y cuestionarios.

FORMACIÓN CONTINUA. ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE ENSEÑANZA/APRENDIZAJE

- PRESENCIALIDAD: la enseñanza es presencial.
Explicaciones teóricas y prácticas de la profesora en el aula en las que se abordarán los contenidos programados. El alumnado trabajará e intervendrá activamente. Los estudiantes revisarán, el material previamente asignado consistente en videos y/o lecturas. En clase, se dedicarán mayoritariamente a actividades prácticas. Los alumnos deben adquirir los conocimientos teóricos fundamentados e integrados con la práctica de dicha disciplina. Uno de los objetivos de la asignatura es la preparación del alumno para el ejercicio de la actividad profesional mediante el desarrollo de las competencias necesarias para integrarse con éxito en los distintos ámbitos profesionales.
USO DE LA PLATAFORMA Google Classroom, en ella se podrán descargar materiales de estudio teórico práctico y entregar documentos de trabajo requeridos durante el curso y el proyecto de trabajo autónomo semestral.
- EXÁMENES: presenciales

INFORMACIÓN AL ALUMNO

La profesora informará en clase al alumnado respecto a las cuestiones docentes relacionadas con la asignatura. Se utilizarán también los medios de comunicación digital para mantener informado al alumnado.

6. VOLUMEN DE TRABAJO

2 ECTS x 28 h 56h / 18 semanas 3,1 horas volumen de trabajo semanal de asignatura semestral

Tiempo de realización de trabajo presencial:	Temporalización de contenidos:	Tiempo de realización de trabajo autónomo:
36 horas		20 horas
18 horas 18 horas	TEMA 1 TEMA 2	10 horas 10 horas
ACTIVIDADES PRESENCIALES		HORAS
Asistencia a clases teóricas y prácticas Exposición de proyectos Realización del examen TOTAL		30H 4 H 1 H 36H
ACTIVIDADES DE TRABAJO AUTÓNOMO		HORAS
Realización autónoma del proyecto Preparación del examen TOTAL		10 H 6 H 16 H

7. RECURSOS

Asesoramiento e información en webs institucionales y profesionales del sector de la moda.

OTROS MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Apuntes y documentación relacionada con los contenidos de la asignatura; documentos recogidos de instituciones, asociaciones y empresas.

8. EVALUACIÓN

EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

La práctica docente se evalúa mediante un cuestionario elaborado por la Escuela.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Se contemplan las siguientes modalidades de evaluación:

- Evaluación CONTINUA. Se realizará durante el desarrollo del curso, valorando el trabajo diario en el aula por medio de las actividades y proyectos propuestos, así como la actitud y el interés mostrado por los alumnos hacia la asignatura. Asimismo, se realizarán varias pruebas específicas que han de servir como indicadores del grado de consecución de los resultados de aprendizaje de la asignatura. La evaluación continua aporta una visión de las dificultades y progresos de cada alumno y del grupo.
- Evaluación SUMATIVA. Se realiza al final de curso (semestre) para llegar a la calificación final. Su objetivo es determinar los resultados del proceso total de aprendizaje valorando los datos obtenidos anteriormente, en la evaluación continua, así como orientar al alumno sobre las actividades a realizar para superar la asignatura en caso de que no haya alcanzado los resultados de aprendizaje previstos de la misma.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN BORM

- Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial.
- Comprender la gestión y planificación estratégica de los proyectos y las empresas de moda.
- Conocer los aspectos básicos de cálculo de presupuestos, gestión de recursos y costes de la actividad profesional.
- Conocer los aspectos básicos de la gestión de la calidad en la empresa de moda.
- Comprender y utilizar adecuadamente la terminología relacionada con la materia.

- Demostrar capacidad de análisis y síntesis, así como una adecuada argumentación.
- Identificar correctamente la legislación específica de la actividad profesional.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Los instrumentos de evaluación que se utilizarán serán los siguientes:

- OBSERVACIÓN DIRECTA del trabajo del alumno en el aula.
- ANÁLISIS DE LAS REALIZACIONES de los alumnos (proyectos y actividades) para evaluar la aplicación de los contenidos; la parte práctica de la asignatura.
- PRUEBA TEÓRICA DE CONOCIMIENTOS (examen escrito) para evaluar comprensión de contenidos teóricos; la parte teórica de la asignatura.

Los datos que se obtengan de los instrumentos de evaluación anteriores se reflejarán periódicamente en las fichas de cada alumno y ayudarán a la profesora a realizar un seguimiento de la evolución del alumno y a tomar decisiones respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje.

La profesora utilizará los medios de comunicación digital para mantener informado al alumnado respecto a las cuestiones docentes relacionadas con la asignatura.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- PARTE TEÓRICA: Pruebas teóricas (examen): 70% de la nota final.
- PARTE PRÁCTICA FUERA DEL AULA: Proyecto semestral y/o otras actividades realizadas fuera del aula: 15% de la nota final.
- PARTICIPACIÓN ACTIVA Y TRABAJO EN EL AULA: Participación activa y actividades (individuales o grupales) realizadas en el aula: 15% de la nota final.

CONVOCATORIA ORDINARIA

EN PRIMERA CONVOCATORIA la calificación final de la asignatura se obtendrá sumando los apartados anteriores: 70% (nota obtenida en exámenes) + 15% (actividades y proyectos realizados fuera del aula) + 15% (participación activa y actividades en el aula)

Para que la nota sea sumativa de los diferentes apartados anteriores (A+B+C) es imprescindible aprobar la parte teórica de la asignatura (los exámenes) con una nota de 5 sobre 10. En caso contrario (si no se supera la parte teórica de la asignatura con una nota de 5 sobre 10), la nota final será solo la obtenida en la prueba escrita (A), sin contabilizar los otros dos apartados (B y C). Así mismo, para aprobar la asignatura es imprescindible, además de aprobar el examen entregar el proyecto semestral propuesto

RESTO DE CONVOCATORIAS ORDINARIAS

La nota de la asignatura será la obtenida en la prueba escrita (examen). En cuarta convocatoria si el alumno/a desea que le califique el profesor/a que impartió la asignatura, tendrá que solicitarlo en Jefatura de Estudios de lo contrario será evaluado por un tribunal. El alumnado que tenga la asignatura pendiente no tendrá que asistir a clase.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Excepcionalmente, por causas debidamente justificadas y motivadas, el director del centro podrá autorizar una convocatoria extraordinaria al alumno que haya agotado las cuatro determinadas para la asignatura y, por tanto, se evaluará como tal.

9. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Testa, S. y Saviolo, S. (2010). La gestión de las empresas de moda. Gustavo Gili
- Dillon, S. (2012). Principios de gestión de empresas de moda. Gustavo Gili.
- Díaz Soloaga, P (2011). Cómo gestionar marcas de moda: el valor de la comunicación. CIE inversiones Dossat.
- Fernández Gómez, J. (2013). Principios de estrategia publicitaria y gestión de marcas. Mc Graw Hill.
- Remaury B (2005). Marcas y relatos. La marca frente al imaginario cultural contemporáneo. Gustavo Gili
- Martínez Navarro, Gema (2024). Marketing y Comunicación de Moda. Esic.
- Hebrero, Miguel (2016). Compras y Gestión de producto. CreateSpace.