



DATOS IDENTIFICATIVOS

Laboratorio de Tendencias

Asignatura	Laboratorio de Tendencias			
Código	P01M171V01201			
Titulación	Máster Universitario en Diseño y Dirección Creativa en Moda			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Dibujo			
Coordinador/a	Dopico Aneiros, María Dolores			
Profesorado	Dopico Aneiros, María Dolores			
Correo-e	lolado@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>La asignatura se estructura en una serie de bloques en los que se pretende hacer explícita la relación con las tendencias con la moda y su complejidad.</p> <p>Se hará uso de aquellas herramientas de estudio y análisis de tendencias y aquellas herramientas que son un recurso profesional para observar líneas de cambios de tendencias entre los consumidores así como su impacto en la industria.</p> <p>Asimismo se aportará una visión práctica del "coolhunting" realizado en un entorno 2.0 monitorizando el sector de la moda, analizando los estilos de vanguardia así como los últimos eventos mediáticos.</p> <p>Se intentará dotar de un vocabulario básico empleado en el entorno de la aplicación de las tendencias en el contexto de la moda</p>			

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	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.
A4	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.
A5	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.
B1	Conocer el vocabulario y los fundamentos conceptuales del diseño de moda
B7	Capacidad de comprensión y adaptación ante los cambios rápidos del entorno y de la propia disciplina
C5	Comprensión del valor semiológico de los productos y servicios, en relación a los contextos sociales a los que se destinan, y familiarizarse con las disciplinas que los estudian
C7	Capacidad para desarrollar un pensamiento crítico ante las prácticas, tendencias, y resultados del diseño de moda, desarrollando un criterio personal fundamentado
C8	Conocer las tendencias sociales y de la industria de la moda
D2	Capacidad de análisis, organización e planificación
D4	Capacidad de razonamiento crítico y autocrítico
D8	Capacidad para el trabajo, aprendizaje y gestión de la información de forma autónoma

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Que los estudiantes sean capaces de llegar a la información para determinar y valorar las características de los estilos que marcan las tendencias, mostrando su dominio para controlar la imagen que quieren transmitir.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B7	C5 C7 C8	D8
Ser capaces de elaborar un moodboard , panel de tendencias, como punto de arranque y organización de una propuesta de diseño	A3 A4		C5	D2 D4 D8
Nueva				

Contenidos

Tema

Que son las tendencias ?

Teoría y tipos de la difusión de la innovación

La construcción de los Atlas Visuales o paneles de tendencias
Herramientas de estudio cara a la elaboración de propuestas de diseño

Principales aspectos:
Herramientas de ordenación
Selección de fuentes
Investigación
Claves
Referentes
Representación

Fuentes principales de tendencia. Donde buscarlas y donde seguirlas

Revistas de referencia
Diseñadores
Personajes
Grupos
Referencias culturales
Servidores online

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	10	0	10
Estudio de casos	6	0	6
Resolución de problemas	21	0	21
Resolución de problemas de forma autónoma	0	110	110
Presentación	3	0	3

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición de los principales contenidos teóricos de la materia con ayuda de medios audiovisuales.
Estudio de casos	Análisis de un problema o caso real, con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, diagnosticarlo y adentrarse en procedimientos alternativos de solución, para ver la aplicación de los conceptos teóricos en la realidad.
Resolución de problemas	Actividades en las que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia.
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumno debe desarrollar de forma autónoma el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	Al plantearse la elaboración de un panel de tendencias muy relacionado con una propuesta de diseño Habrá de establecerse una tutorización personalizada en cuanto a que cada propuesta necesita de su propia construcción de referentes y universo personal, es por ello que se intentará proporcionar una atención personalizada en tutorías Tutorías de lunes a jueves de 12 a 14 h

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Estudio de casos	Se realizará un prueba / trabajo de análisis de tiendas y en su caso principales líneas de trabajo de firmas de diseño	10	A3		
Resolución de problemas	Evaluación continua, Se elaborará un trabajo de búsqueda investigación y análisis de fuentes. Esta información visual se irá ordenando en un panel digital personal de cada alumno (un soporte tipo Pinterest) Se irá revisando semanalmente y debe tener una entidad importante que recoja los referentes desarrollados en clase sobre los diferentes subtemas y debe ampliarlos con una selección que aporte profundización real en cada subtema.	30	A5	B7	C5
Resolución de problemas de forma autónoma	Entrega de paneles, Se elaborará un trabajo de búsqueda investigación y análisis de fuentes. Esta información visual se irá ordenando en un panel digital personal de cada alumno. Se valorará la entrega final su calidad y aporte así como profundización real en los temas propuestos.	30			C7 C8 D2 D4 D8
Presentación	Presentación del moodboard como resumen del trabajo ejercitado durante el curso	30		B1	D2 D4 D8

Otros comentarios sobre la Evaluación

Primera y segunda convocatoria

Habrà de presentarse un Atlas Visual (Panel MOODBOARD), a partir de la propuesta realizada durante las clases

PERIODO DE EXÁMENES 1ª CONVOCATORIA: 10 al 14 de junio de 2019

PERIODO DE EXÁMENES 2ª CONVOCATORIA: 8 al 12 de julio de 2019

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Lurie, Alison, **El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas del vestir**, 2, Paidós Contextos, 2002

Bibliografía Complementaria

Bolton, Andrew, **AngloMania**, 1, The Metropolitan Museum of Art,

Bryan, Robert E., **American Fashion Mens Wear**, Assouline, 2009

Fukai, Akiko y otros, **Future Beauty: 30 years of japanese fashion**, 1, Merrell, 2010

Gillow, John, **African textiles. Colour and creativity across a continent.**, 1, Thames & Hudson, 2003

Gillow, John y Sentance, Bryan, **Tejidos del mundo**, 1, Nerea, 2000

Pastoreau, Michel, **Azul. Historia de un color**, 1, Paidós comunicación, 2010

Pastoreau, Michel, **Negro. Historia de un color**, 1, 451.jpg, 2009

Schoeser, Mary, **Textiles. El Arte de la humanidad**, 1, Thames and Hudson, 2012

Smith, Catherine y Greig, Cynthia, **Women in Pants**, 1, Harry N. Abrams, Inc., 2003

V.V.A.A., **Fashion Game Changers. Reinventing the 20th silhouette**, 1, Bloomsbury Publishing, 2016

V.V.A.A., **The IVY Style. Radical conformist**, 1, Yale University Press. FIT, 2012

Recomendaciones