



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### A Moda: Contorna Profesional

Materia	A Moda: Contorna Profesional			
Código	P01M171V01304			
Titulación	Máster Universitario en Deseño e Dirección Creativa en Moda			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	2	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Dopico Castro, Marcos			
Profesorado	Dopico Castro, Marcos Solveira Losada, Paula Esther			
Correo-e	mdopico@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Esta materia está orientada á preparación para a inserción laboral do alumnado dentro da contorna empresarial do deseño de moda. O obxectivo final desta asignatura é guiar ao alumnado no desenvolvemento de aplicacións e no uso de recursos e ferramentas dixitais tanto para o desenvolvemento e promoción de proxectos empresariais propios como a integración en equipos de traballo na contorna laboral do mundo da moda. Incidirase na elaboración de currículum vitae, así como na xestión de ferramentas dixitais como xestores de contidos, redes sociais do ámbito profesional, plataformas web e ferramentas de xestión de marca. Esta materia implica o dominio por parte do alumnado dos coñecementos previamente adquiridos en relación ao deseño gráfico, a gráfica de moda e a fotografía.			

## Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
B3	Capacidade para comprender en profundidade el contexto social y cultural en que tendrá lugar la práctica artística o profesional
B7	Capacidade de comprensión e adaptación ante os cambios rápidos do entorno e da propia disciplina
B8	Capacidade de adaptación aos cambios tecnolóxicos e de adopción de recursos novedosos no ámbito do deseño de moda
B9	Capacidade de desenvolver unha gramática visual clara e innovadora
B12	Capacidade creativa para xerar silucións orixinais e atopar propostas alternativas
C3	Ser capaz de comprender e comunicar visualmente a información, dominar as técnicas de exposición gráfica de proxectos de deseño
C4	Capacidade de aplicar sistemas de representación gráfica usados no deseño de moda
C8	Coñecer as tendencias sociais e da industria da moda
D1	Capacidade para a comunicación oral e escrita, tanto na propia lingua como en outras
D3	Capacidade de liderazgo, iniciativa e espírito emprendedor
D9	Capacidade de integración en equipos multidisciplinares
D10	Capacidade de comunicación necesaria para establecer redes de contactos nacionais e internacionais

## Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Que o estudiantado sexa capaz de dominar as ferramentas e os recursos dixitais orientados á contorna profesional do deseño de moda.	A4 B7 B8 B9 C3 C4
Que o estudiantado sexa capaz de adaptarse á contorna cambiante da disciplina do deseño de moda, establecendo e creando estratexias de comunicación pra os seus proxectos.	A4 B3 B7 B8 B9 B12 C8 D1 D3 D9 D10
Que o alumnado sexa capaz de comunicar de forma efectiva e expoñer de forma oral e visual o seu proxecto de moda a través de diferentes plataformas de cara a diferentes públicos obxectivos.	A4 B12 C3 D1 D10
Que o alumnado sexa capaz de xestionar a súa imaxe de marca nos seus proxectos de deseño de moda a través das diferentes aplicacións dixitais.	B9 B12 C3 C4 D1 D10

## Contidos

Tema	
Moda contemporánea: sistemas de moda, deseñadores, produtos e conceptos de marca	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dirección artística- imaxinario colectivo, moda e arte, identidade de marca.</li> <li>b. Director creativo, editores e estilistas.</li> <li>c. Fashion Future □ metodoloxía de tendencias, tendencias actuais de retail. Análise de contido especializado.</li> <li>d. Conceptos de branding: identidade e estética da marca.</li> <li>e. O futuro da moda desde a perspectiva da sustentabilidade, innovación, diversidade e ética.</li> </ul>
Análise e desenvolvemento de coleccións	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Creación dunha identidade visual</li> <li>b. Investigación e proceso de deseño</li> <li>c. Tecidos, mostras e produción</li> <li>d. Fashion Operations - modelos de cadea de subministración estatísticas e exercicio de avaliación comparativa</li> <li>e. Styling da colección</li> </ul>
Fashion Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Analizar mercados, competidores, marcas e tendencias co obxectivo de decodificar e anticipar futuros cambios no escenario de moda</li> <li>b. Distribución e comercialización, plans de marketing omnicanal e actividades import/export</li> <li>c. Retail, wholesale, e-commerce/online, social selling</li> <li>d. Xestión da colección, innovación no modelo de negocio; posicionamento, desenvolvemento comercial, fashion merchandising, composición e plan selectivo</li> <li>e. Relevancia de marca na industria: xestión de consumidor, sociedade e industria</li> </ul>

Comunicación de moda	<p>a. Imaxe de marca, brand story, plan de comunicación estratéxica de marca. Revisión de casos</p> <p>b. Press to Impress: fotografos e magazines, vídeo e photo shooting</p> <p>c. Fashion advertising, PR e social media planning</p>
Creación de portfolio on-line	<p>a. Creación e deseño de portfolio on-line e imaxe de marca a través de ferramentas de xestión de contidos.</p> <p>b. Aplicacións online de portfolios para creativos. Cargocollective: Opcións básicas.</p> <p>c. Optimización de arquivos e imaxes para portfolios en internet.</p> <p>d. Maquetación na web e configuración básica.</p> <p>e. Configuración de dominios web e servidores.</p>

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	10	20	30
Resolución de problemas de forma autónoma	11	90	101
Lección maxistral	4	6	10
Presentación	1	4	5
Observación sistemática	4	0	4

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos	Análise dun problema ou caso real, coa finalidade de ciñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipóteses, diagnosticalo e adentrarse en procedementos alternativos de solución, para ver a aplicación dos conceptos teóricos na realidade.
Resolución de problemas de forma autónoma	O alumno debe desenvolver de xeito autónomo a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios
Lección maxistral	Exposición dos principais contidos teóricos da materia coa axuda de medios audiovisuais

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	O profesorado atenderá dun xeito personalizado todos aqueles aspectos derivados da análise dun problema ou caso real, coa finalidade de ciñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipóteses, diagnosticalo e adentrarse en procedementos alternativos de solución, para ver a aplicación dos conceptos teóricos na realidade.
Resolución de problemas de forma autónoma	O alumnado resolverá de xeito autónomo os exercicios plantexados.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Resolución de problemas de forma autónoma	Plantexarase a entrega de proxectos realizados de xeito autónomo	40 A4	B3 C3 D1 B7 C4 D3 B8 C8 D9 B9 D10 B12
Presentación	Cada alumno/a realizará unha presentación do seu proxecto final diante do resto de alumnos/as e do profesorado da materia	40 A4	B3 C3 D1 B7 C4 D3 B8 C8 D9 B9 D10 B12

Observación sistemática	Realizárase por parte do profesorado unha observación sistemática da evolución do alumnado dun xeito personalizado, valorando o seu comportamento, proactividade, e actitude de traballo nas aulas e fora delas.	20	A4	B3 B7 B8 B9 B12	C3 C4 C8	D1 D3 D9
-------------------------	--	----	----	-----------------------------	----------------	----------------

---

## Outros comentarios sobre a Avaliación

---

### Convocatoria ordinaria

Como método de avaliación o alumnado realizará un proxecto final baseado na creación dun produto de moda/marca/servizo co obxectivo de acreditar o coñecemento e a asimilación dos conceptos tratados, así como un portfolio web de moda onde se valorará a aplicación dos temas e ideas abordadas no curso.

### Avaliación global

O alumnado deberá solicitar no inicio do curso o método de avaliación global ante a comisión académica do mestrado. Como proba de avaliación global deberá entregarse o mesmo material que na convocatoria ordinaria.

### Convocatoria extraordinaria de xullo

Para a avaliación nas convocatorias extraordinarias deberse entregarse o mesmo material que na convocatoria ordinaria nas datas de examen fixadas.

### Datos de avaliación

Pódense consultar as datas oficiais na web <https://deseno.uvigo.gal/horarios-calendarios-e-avaliacions/>

---

## Bibliografía. Fontes de información

### Bibliografía Básica

### Bibliografía Complementaria

Aaker, D, **Construir marcas poderosas**, Gestión, 2000

DÍAZ SOLOAGA, P, **Como gestionar marcas de moda: El valor de la comunicación**, CIE Inversiones Editoriales Dossat., 2000

McDOWELL, C., **Fashion Today**, Phaidon, 2006

MOORE, G, **Promoción de Moda**, Gustavo Gili, 2013

Guio, Marcelo, **Oxitobrand: marcas humanas para un mercado emocional**, YoPublico, 2009

VVAA, **Fashionary: The Fashion Business Manual: An Illustrated Guide to Building a Fashion**, Fashionary International, 2019

- Wilson Ozuem, Elena Patten, **Brand Harnessing Omni-Channel Marketing Strategies for Fashion and Luxury Brands**, Brown Walker Press, 2019

Emily Huggard y Jon Cope, **Communicating Fashion Brands: Theoretical and Practical Perspectives**, Routledge, 2020

---

## Recomendacións

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Dirección Creativa para Moda/P01M171V01202

Fotografía de Moda/P01M171V01205

Ilustración de Moda/P01M171V01104

Deseño de Portfolio/P01M171V01401

Deseño Gráfico para Moda/P01M171V01302

Xestión do Deseño/P01M171V01303

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Deseño e Contorna Dixital/P01M171V01203