



DATOS IDENTIFICATIVOS

La Moda: Entorno Profesional

Asignatura	La Moda: Entorno Profesional			
Código	P01M171V01304			
Titulación	Máster Universitario en Diseño y Dirección Creativa en Moda			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	2	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Dopico Castro, Marcos			
Profesorado	Dopico Castro, Marcos Solveira Losada, Paula Esther			
Correo-e	mdopico@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta materia está orientada a la preparación para la inserción laboral del alumnado dentro del entorno empresarial del diseño de moda. El objetivo final de esta asignatura es guiar al alumnado en el desarrollo de aplicaciones y en el uso de recursos y herramientas digitales tanto para el desarrollo y promoción de proyectos empresariales propios como la integración en equipos de trabajo en el entorno laboral del mundo de la moda. Se incidirá en la elaboración de currículum vitae, así como en la gestión de herramientas digitales como gestores de contenidos, redes sociales del ámbito profesional, plataformas web y herramientas de gestión de marca. Esta materia implica el dominio por parte del alumnado de los conocimientos previamente adquiridos en relación al diseño gráfico, la gráfica de moda y la fotografía.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
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.
B3	Capacidad para comprender en profundidad el contexto social y cultural en que tendrá lugar la práctica artística o profesional
B7	Capacidad de comprensión y adaptación ante los cambios rápidos del entorno y de la propia disciplina
B8	Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y de adopción de recursos novedosos en el ámbito del diseño de moda
B9	Capacidad de desarrollar una gramática visual clara e innovadora
B12	Capacidad creativa para generar soluciones originales y encontrar propuestas alternativas
C3	Ser capaz de comprender y comunicar visualmente la información, dominar las técnicas de exposición gráfica de proyectos de diseño
C4	Capacidad de aplicar sistemas de representación gráfica usados en el diseño de moda
C8	Conocer las tendencias sociales y de la industria de la moda
D1	Capacidad para la comunicación oral y escrita, tanto en la propia lengua como en otras
D3	Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
D9	Capacidad de integración en equipos multidisciplinares
D10	Capacidad de comunicación necesaria para establecer redes de contactos nacionales e internacionales

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Que los estudiantes sean capaces de dominar las herramientas y los recursos digitales orientados al entorno profesional del diseño de moda.	A4 B7 B8 B9 C3 C4
Que los alumnos sean capaces de adaptarse al entorno cambiante de la disciplina del diseño de moda, estableciendo y creando estrategias de comunicación para sus proyectos.	A4 B3 B7 B8 B9 B12 C8 D1 D3 D9 D10
Que el alumno sea capaz de comunicar de forma efectiva y exponer de forma oral y visual su proyecto de moda a través de diferentes plataformas de cara a diferentes públicos objetivos.	A4 B12 C3 D1 D10
Que el alumno sea capaz de gestionar su imagen de marca en sus proyectos de diseño de moda a través de las diferentes aplicaciones digitales.	B9 B12 C3 C4 D1 D10

Contenidos

Tema	
Moda contemporánea: sistemas de moda, diseñadores, productos y conceptos de marca	a. Dirección artística- imaginario colectivo, moda y arte, identidad de marca. b. Director creativo, editores y estilistas. c. Fashion Future □ metodología de tendencias, tendencias actuales de retail. Análisis de contenido especializado. d. Conceptos de branding: identidad y estética de la marca. e. El futuro de la moda desde la perspectiva de la sostenibilidad, innovación, diversidad y ética.
Análisis y desarrollo de colecciones	a. Creación de una identidad visual b. Investigación y proceso de diseño c. Tejidos, muestras y producción d. Fashion Operations - modelos de cadena de suministro estadísticas y ejercicio de evaluación comparativa e. Styling de la colección

- a. Analizar mercados, competidores, marcas y tendencias con el objetivo de decodificar y anticipar futuros cambios en el escenario de moda
- b. Distribución y comercialización, planes de marketing omnicanal y actividades import/export
- c. Retail, wholesale, e-commerce/online, social selling
- d. Gestión de la colección, innovación en el modelo de negocio; posicionamiento, desarrollo comercial, fashion merchandising, composición y plan selectivo

e. Relevancia de marca en la industria: gestión de consumidor, sociedad e industria

Comunicación de moda

a. Imagen de marca, brand story, plan de comunicación estratégica de marca. Revisión de casos

b. Press to Impress: fotografos y magazines, video y photo shooting

c. Fashion advertising, PR y social media planning

Creación de portfolio on-line

a. Creación y diseño de portfolio on-line e imagen de marca a través de herramientas de gestión de contenidos.

b. Aplicaciones online de portfolios para creativos. Cargocollective: Opciones básicas.

c. Optimización de archivos e imágenes para portfolios en internet.

d. Maquetación en la web y configuración básica.

e. Configuración de dominios web y servidores.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	10	20	30
Resolución de problemas de forma autónoma	11	90	101
Lección magistral	4	6	10
Presentación	1	4	5
Observación sistemática	4	0	4

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

Metodologías

	Descripción
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 de forma autónoma	El alumnado debe resolver de forma autónoma el análisis y la resolución de los problemas y/o ejercicios.
Lección magistral	Exposición de los principales contenidos teóricos de la materia con la ayuda de medios audiovisuales.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumnado resolverá de forma autónoma los ejercicios planteados.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Resolución de problemas de forma autónoma	Se planteará la entrega de proyectos realizados de manera autónoma	40	A4	B3 B7 B8 B9 B12	C3 C4 C8	D1 D3 D9 D10
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 B7 B8 B9 B12	C3 C4 C8	D1 D3 D9 D10
Observación sistemática	(*)Realizase 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

Otros comentarios sobre la Evaluación

Convocatoria ordinaria

Como método de evaluación, el alumnado realizará un proyecto final basado en la creación de un producto de moda/marca/servicio con el objetivo de acreditar el conocimiento y la asimilación de los conceptos tratados, así como un portfolio web de moda donde se valorará la aplicación de los temas e ideas abordadas en el curso.

Evaluación global

El alumnado deberá solicitar al inicio del curso el método de evaluación global ante la comisión académica del máster. Como prueba de evaluación global deberá entregarse el mismo material que en la convocatoria ordinaria.

Convocatoria extraordinaria de julio

Para la evaluación en las convocatorias extraordinarias deberá entregarse el mismo material que en la convocatoria ordinaria en las fechas de examen establecidas.

Fechas de evaluación

Se pueden consultar las fechas oficiales en la página web <https://deseno.uvigo.gal/horarios-calendarios-y-evaluaciones/>

Fuentes 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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Dirección Creativa para Moda/P01M171V01202

Fotografía de Moda/P01M171V01205

Ilustración de Moda/P01M171V01104

Diseño de Portfolio/P01M171V01401

Diseño Gráfico para Moda/P01M171V01302

Gestión del Diseño/P01M171V01303

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Diseño y Entorno Digital/P01M171V01203