



DATOS IDENTIFICATIVOS

Laboratorio de Tendencias

Materia	Laboratorio de Tendencias			
Código	P01M171V01201			
Titulación	Máster Universitario en Deseño e Dirección Creativa en Moda			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Dopico Aneiros, María Dolores			
Profesorado	Dopico Aneiros, María Dolores Solveira Losada, Paula Esther			
Correo-e	lolado@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	<p>A materia estrutúrase nunha serie de bloques nos que se pretende facer explícita a relación coas tendencias coa moda e a súa complexidade.</p> <p>Farase uso daquelas ferramentas de estudo e análise de tendencias e aquelas ferramentas que son un recurso profesional para observar liñas de cambios de tendencias entre os consumidores así como o seu impacto na industria.</p> <p>Así mesmo achegarase unha visión práctica do "coolhunting" realizado nunha contorna 2.0 *monitorizando o sector da moda, analizando os estilos de vangarda así como os últimos eventos mediáticos.</p> <p>Tentarase dotar dun vocabulario básico empregado na contorna da aplicación das tendencias no contexto da moda</p>			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
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.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Coñocer o vocabulario e os fundamentos conceptuais do deseño de moda
B7	Capacidade de comprensión e adaptación ante os cambios rápidos do entorno e da propia disciplina
C5	Comprensión do valor semiolóxico dos produtos e servizos, en relación aos contextos sociais aos que se destinan, e familiarizarse coas disciplinas que os estudan
C7	Capacidade para desenvolver un pensamento crítico ante as prácticas, tendencias e resultados do deseño de moda, desenvolvendo un criterio persoal fundamentado
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
D2	Capacidade de análise, organización e planificación
D4	Capacidade de razoamento crítico e autocrítico
D8	Capacidade para o traballo, aprendizaxe e xestión da información de xeito autónomo

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Que os estudantes sexan capaces de chegar á información para determinar e valorar as características dos estilos que marcan as tendencias, mostrando o seu dominio para controlar a imaxe que queren 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 e organización dunha proposta de deseño	A3 A4 C5 D2 D4 D8
Nova	A2 A4 B1 C5 C7 D1 D2

Contidos

Tema	
Que son as tendencias ?	Teoría e tipos da difusión da innovación
Fontes principais de tendencia. Onde buscalas e onde seguilas	Revistas de referencia Deseñadores Personaxes
Ferramentas do analista de tendencias	Grupos Referencias culturais Servidores *online
Dirección creativa en comunicación de moda A marca a través do seu espazo de venda	As editoriais de moda e fotógrafos influentes Análise de espazo de venda en *retail
A construción dos Atlas Visuais ou paneis de tendencias Ferramentas de estudo cara á elaboración de propostas de deseño	Principais aspectos: Ferramentas de ordenación Selección de fontes Investigación Craves Referentes Representación
O *moodboard como ferramenta da definición dunha colección.	A representación visual dunha proposta de colección baseada nas tendencias.
Dispositivos de comunicación da moda	Pasarelas e *fashion *films

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	20	50	70
Aprendizaxe baseado en proxectos	2	0	2
Estudo previo	0	30	30
Resolución de problemas de forma autónoma	0	40	40
Debate	1	0	1
Estudo de casos	2	0	2
Presentación	5	0	5

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

Metodoloxía docente

Descrición

Lección maxistral	Exposición dos principais contidos teóricos da materia con axuda de medios audiovisuais.
Aprendizaxe baseado en proxectos	Revisión de casos
Estudo previo	Lecturas e materiais para revisión
Resolución de problemas de forma autónoma	O alumno debe desenvolver de forma autónoma a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios.
Debate	

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas de forma autónoma	

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Lección maxistral	Realizarase unha proba ao final da sesión a través de ferramentas como moodboard similar para avaliar os contidos presentados durante as sesións.	20	A3 B1
Aprendizaxe baseado en proxectos	Se realizará un análisis de marca de forma grupal	20	
Estudo previo	Se entregaran resúmenes de las lecturas propuestas	5	
Resolución de problemas de forma autónoma	Elaboración de *moodboard. Seguimento e entregas parciais Elaborarase un traballo de procura investigación e análise de fontes. para proposta dunha colección, Esta información visual irase ordenando nun panel dixital persoal de cada alumno. Valorarase a entrega continuada e seguimento así como a calidade e *profundización real nos temas propostos	30	C7 D2 C8 D4 D8
Debate		0	
Estudo de casos	Presentación final do *moodboard como resumo do traballo exercitado durante o curso	20	B1 D2 D4 D8

Outros comentarios sobre a Avaliación

Avaliación **continuada**

Na **convocatoria ordinaria e extraordinaria a avaliación será continuada** , en función das porcentaxes establecidas a metodoloxía das entregas

A presentación final (4 de xuño en horario de clase)se confirmará no cronograma da materia entregado a principio de curso para a convocatoria ordinaria
Para a **convocatoria extraordinaria 8 de Xullo de 2025 as 16.30**

De ser requerido e suxeito a normativa se realizará unha proba global

Avaliación global: O estudantado que opte pola modalidade de avaliación global deberá comunicarllo por escrito ao responsable da materia no prazo máximo de dous meses dende o inicio da docencia da materia e suporá a anulación automática de todas as cualificacións obtidas polo método de avaliación continua.

Esta modalidade consistirá nun examen de carácter teórico e de tipoloxía conbinada de preguntas obxectivas e de desenvolvemento sobre os contidos da materia e unha proba práctica de elaboración dunha proposta de deseño enfocada a unha marca que se realizará en clase (11 de xuño en horario de clase)

Consultar as datas oficiais de exame na páxina web da titulación <https://deseno.uvigo.gal/>

Bibliografía. Fuentes de información

Bibliografía Básica

Raymond, Martin, **Tendencias**, 1, Promopress, 2010

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

Erner, Guillaume, **Sociología de las tendencias**, 1, Gustavo Gili, 2010

Miguel, Paula (ed.), **La moda, objeto de análisis**, 1, Instituto de Investigaciones Gino Germani - UBA, 2019

Bibliografía Complementaria

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

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

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
