



GUÍA DOCENTE

EL MUNDO DE LA MODA Y EL DISEÑO / FASHION WORLD AND DESIGN

**Máster Universitario en Gestión Cultural e Industrias
Creativas**

Universidad de Alcalá

2017/2018

2º Cuatrimestre

GUÍA DOCENTE

| | |
|--------------------------------------|---|
| Nombre de la asignatura: | El mundo de la moda y el diseño |
| Código: | 202444 |
| Titulación en la que se imparte: | Máster Universitario en Gestión Cultural e Industrias Creativas |
| Departamento y Área de Conocimiento: | Arquitectura / Expresión Gráfica Arquitectónica |
| Carácter: | Optativa |
| Créditos ECTS: | 4 |
| Curso: | 2º cuatrimestre |
| Profesorado: | Pilar Chías Navarro (responsable) Gonzalo García-Rosales González-Fierro Manuel de Miguel Sánchez |
| Horario de Tutoría: | A determinar al principio del curso |
| Idioma en el que se imparte: | Español / Inglés |

1.a PRESENTACIÓN

La moda y el diseño constituyen un importante motor económico en la actualidad. Este éxito se produce, por una parte, por su vinculación al comercio de los artículos de lujo y al desarrollo de “la imagen de marca”; pero por otra parte, no menos importante, por las nuevas tendencias relacionadas con el reciclado de materiales y la eficiencia energética en la producción.

La materia abarcará, por tanto, el mundo del diseño en sentido amplio, desde la concepción y desarrollo del objeto, hasta su publicidad, comercialización y difusión.

El objetivo principal es capacitar al alumno para conocer la situación actual y las tendencias que mueven el mundo de la moda y el diseño, su valor en el contexto cultural y su importancia como motor económico del que dependen numerosas industrias y en el que intervienen numerosos profesionales.

Por una parte, se expondrá la trayectoria reciente de las principales marcas de moda, analizando todos los aspectos relacionados, como son los principales productos, el nicho de mercado y el público al que se dirige, las estrategias comerciales, **los creadores de tendencias**, la imagen de marca, los criterios de diseño de los productos, **la disposición del producto en los puntos de venta**, etc.

Por otra parte se abordará el mundo del diseño en sus diferentes vertientes: diseño industrial, diseño urbano, diseño de interiores, etc., con sus diferentes desarrollos y potenciales en el mundo actual.

Sobre la base de la información obtenida, se realizarán los correspondientes análisis, que permitan efectuar un diagnóstico y desarrollar una propuesta personal o en equipo, desde la idea hasta la publicidad y las estrategias comerciales.

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán visitas a empresas emblemáticas en cada uno de los sectores, así como a estudios de profesionales de reconocido prestigio.

Prerrequisitos y Recomendaciones: No son necesarios.

1.b PRESENTATION

Fashion world and design are currently considered as leader industries in the economic system. Success is reached through the established relationships with luxury goods trade, and brand image development. And last, but not least, it is due to profit from the new tendencies based upon recycling and efficient production processes.

The subject tackles with the fashion world and design from a wide perspective, dealing with the whole production process, from the former conception to market, advertising, and diffusion.

The main target aims to qualify the student for behaving in the current contexts and tendencies in fashion and design, as well as for being aware of their importance as economic driver and responsible of many dependent industries and professional designers.

On the one hand, the recent development of some relevant fashion brands is to be studied, through the analysis of their main products, niche market and potential buyers, commercial strategies, [the fashion trendsetters](#), advertising, brand image, design criteria, [the layout of the product at points of sale](#), etc.

On the other hand, the world of modern design will be studied through its various expressions: industrial design, urban design, interior design, etc. A revision of the state of the art will be proposed, together with their particular developments and market potential.

The study and analysis will end with a proposal of a fashion good or a design product, from the former ideas to advertising and market strategies. The research will be developed both individually and as team-work within an atelier.

Prerequisites and recommendations: No prerequisites are needed.

2. COMPETENCIAS

Competencias genéricas:

1. Conocimiento adecuado y aplicado de la moda y el diseño actuales en general, y de los métodos y técnicas de producción desde la idea hasta la comercialización.
2. Aptitud para redactar propuestas viables y realistas de diseño y comercialización de objetos ligados al mundo de la moda y el diseño.

Competencias específicas:

1. Aptitud para aplicar los métodos y técnicas disponibles para la producción de bienes ligados a las industrias de la moda y del diseño, abarcando todas las fases, desde su ideación y producción, hasta la comercialización.
2. Aptitud para diseñar un artículo de moda o un objeto de diseño.
3. Aptitud para diseñar todo el proceso de producción del citado artículo u objeto, en todas sus fases.
4. Aptitud para redactar un proyecto de diseño de un producto desde un enfoque multidisciplinar.
5. Aptitud para trabajar en equipo.

3. CONTENIDOS

| Bloques de contenido | Total de créditos |
|--|-------------------|
| 1. Métodos y técnicas aplicadas al conocimiento del panorama actual de la moda y del diseño: estrategias, factores que intervienen, condiciones ... | • 1 cr. |
| 2. Del diseño a la comercialización de un producto: requisitos, fases, factores que intervienen, estrategias, imagen de marca, publicidad, comercialización ... | • 1 cr. |
| 3. Redacción de una propuesta integral: desde la concepción de la idea, hasta la comercialización. | • 2 cr. |

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.-ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

| | |
|--|---|
| Número de horas presenciales: | 32 distribuidas en: 8 horas teoría 24 horas prácticas en Taller y Visitas |
| Número de horas del trabajo propio del estudiante: | 68 horas |
| Total horas | 100 horas |

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

El planteamiento pedagógico se basa en una estructura de Taller.

El objetivo es que el alumno sea capaz de estructurar una metodología propia que le permita pasar de la idea a la producción y posterior comercialización de un producto de moda o de diseño.

Contando con el imprescindible apoyo teórico y con el conocimiento obtenido de las visitas y entrevistas con profesionales, se elegirá una línea de diseño de moda o de diseño en general, a desarrollar individualmente o en equipo (preferiblemente) durante el curso.

Estrategias metodológicas

| | |
|---------------------|--|
| Clases presenciales | <ul style="list-style-type: none"> * Clases teóricas y teórico prácticas en grupos grandes. * Trabajo de Taller: <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de los temas de los trabajos / ejercicios. • Desarrollo de los trabajos / ejercicios de aplicación. • Trabajos y prácticas de campo. • Presentación pública de los trabajos y sesiones críticas. * Seminarios en grupos reducidos para la profundización por equipos en temas específicos relacionados con el tema principal. <ul style="list-style-type: none"> • Exposición pública de las conclusiones de los seminarios. |
| Trabajos autónomos | <ul style="list-style-type: none"> * Realización de ejercicios prácticos. * Búsqueda guiada de información complementaria (intensificación). * Lecturas comentadas y análisis de textos. * Visitas a empresas y entrevistas con profesionales del sector. |

Materiales

- Lecturas complementarias: artículos y capítulos de libros seleccionados.
- Bibliografía seleccionada.
- Visitas a empresas del sector.
- Entrevistas con profesionales relacionados.

Recursos

Se utilizará la plataforma del Aula Virtual.

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación

Evaluación continua y progresiva, siendo requisito indispensable haber entregado todos los trabajos y haber participado en las visitas a los edificios, en las prácticas con instrumentos, en los seminarios y en las restantes actividades propuestas.

Criterios de evaluación:

1. Adquisición y comprensión de los conocimientos teóricos.
2. Habilidad gráfica, oral y escrita para comunicar con claridad los diferentes aspectos desarrollados.
3. Rigor científico y exhaustividad en la localización y obtención de información.
4. Rigor en el desarrollo de las visitas y en el planteamiento y desarrollo de las entrevistas.
5. Capacidad de obtención de datos.
6. Capacidad de análisis.
7. Capacidad de síntesis.
8. Capacidad propositiva.
9. Participación en las actividades propuestas, tanto individuales como en equipo.

Criterios de calificación:

La evaluación continua representará el 100% de la calificación.

Las evaluaciones se realizarán según la siguiente escala, no traducibles literalmente a cifras numéricas, de tal modo que puedan ser entendidas como calificaciones orientativas no cerradas, que están abiertas hasta la entrega final, donde se traducirán, una vez ponderadas por el profesorado, al actual sistema oficial de notas. En paralelo, se establecen las orientaciones de corrección de cada uno de los niveles:

| Nivel | Definición |
|--------------|--|
| Alto | Trabajo continuado, completo y realizado con interés. Capacidad de crítica de las intervenciones en el Patrimonio. Propuesta final interesante. Asistencia a todas las clases y prácticas, y a las visitas de campo. |
| Medio | Trabajo continuado y realizado con interés, pero escaso. Capacidad de crítica de las intervenciones en el Patrimonio. Propuesta final interesante. Asistencia a la mayor parte de las clases y prácticas, y a las visitas de campo. |
| Bajo | Falta de interés, de trabajo, de participación o de asistencia. |

Para optar a esta evaluación es imprescindible entregar en tiempo y forma los trabajos solicitados y participar en las actividades programadas para cada bloque.

Quienes suspendan la evaluación continua, podrán optar al examen ordinario, al que también optarán aquellos alumnos que no hayan realizado el curso de modo presencial; por la naturaleza de las enseñanzas del tipo Taller, aquél incluirá la totalidad de la materia.

El examen constará de una única parte, consistente en el desarrollo de una propuesta original de moda o de diseño en todas sus fases, que supondrá el 100% de la nota.

En el examen extraordinario se realizará un ejercicio comprensivo único que valdrá por el total de la calificación del curso.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica

Durante el curso se aportará una bibliografía específica para cada tema.