



# Diseño de Moda 2

Grado en Diseño de  
Moda  
2018-19



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Diseño de Moda 2

**Titulación:** Grado en Diseño de Moda

**Curso Académico:** 2018-19

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 2º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** D. Juan Carlos Pajares

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Conocer, comprender y aplicar los fundamentos teóricos y metodológicos del proceso creativo en el ámbito del diseño de moda.

Ser capaz de comunicar el concepto y función de un proyecto en el ámbito del diseño de moda.

Conocer la figura humana para la representación de piezas adaptables a los volúmenes del cuerpo en el ámbito del diseño de moda.

Conocer y comprender la teoría básica del color para crear gamas cromáticas y aplicar estos conocimientos en el diseño de moda.

Ser capaz de concebir ideas y representarlas utilizando las distintas técnicas pictóricas y formas de representación en el ámbito del diseño de moda.

Desarrollar competencias para el aprendizaje autónomo y la adaptación a las nuevas situaciones de la práctica profesional en el ámbito del diseño de moda.

Desarrollar el razonamiento crítico y hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional en el ámbito del diseño de moda, actuando con respeto a los principios éticos necesarios.

Aplicar la metodología del Diseño de Moda para elaborar prototipos, prendas y complementos, teniendo en cuenta las dimensiones y las necesidades funcionales del cuerpo humano, sus actividades, sus movimientos y necesidades de vestimenta.

### **1.2. Resultados de aprendizaje**

- Obtener los conocimientos principales del proceso básico de Diseño.
- Asociar las realizaciones de los procesos formativos del Diseño.
- Aplicar con criterio los métodos de análisis y técnicas descritos en la materia.
- Aprender por sí mismo otros conocimientos relacionados con la materia a través de la investigación.
- Saber traducir un diseño a un dibujo que proporcionalmente pueda realizarse e industrializarse.
- Asociar la metodología de trabajo al proceso de Diseño.
- Proyectar y llegar a la finalización del diseño a través del análisis y la investigación.
- Conseguir que el alumno proyecte y realice su proyecto de diseño.
- Alcanzar su personalidad en el proceso de Diseño.

## **2. CONTENIDOS**

### **2.1. Requisitos previos**

Ninguno.

### **2.2. Descripción de los contenidos**

Estudio de la forma y el color en el proceso creativo.

Aplicación de la geometría y la ergonomía al diseño de Moda.

Proceso de análisis y observación para su aplicación al diseño de moda.

Aplicación de las diferentes fases proyectuales en el Diseño de Moda.

Introducción de la ficha técnica.

### **2.3. Contenido detallado**

Es una asignatura de carácter teórico-práctico que tiene como finalidad la realización de colecciones de moda atendiendo a todas sus fases creativas y técnicas, así como los aspectos comunicativos de la misma. Previamente se ampliarán los conocimientos de cultura de la moda actual para entender el panorama de la industria.

El objetivo es realizar la colección atendiendo a todas las fases de un proyecto de moda desde la creación, el “branding” hasta la comunicación de la misma además de enfrentarse ante situaciones de conflicto, reto, innovación, etc.

**Prescriptores:**

Fundamentación y estudio teórico práctico de proyectos de diseño de moda.

Realización de proyectos en los distintos campos de la especialidad.

Aplicación de las técnicas de patronaje y confección para la comprensión, fabricación y aceptación del producto final.

Desarrollo de proyectos interdisciplinares.

Tecnología digital para la presentación y la comunicación del proyecto.

Métodos de investigación en el diseño. El proceso proyectual como investigación.

Imagen de marca. Comunicación y moda.

**Unidad 1.** Figura del diseñador: funciones y áreas de trabajo, proceso creativo y pasos a seguir para crear una colección (ampliación de los contenidos del primer curso), relación con el ámbito empresarial y relación con otras profesiones. Salidas profesionales.

**Unidad 2.** El mapa de la moda, grupos empresariales (ampliación de los contenidos del primer curso).

Circuitos de la moda: pasarelas (Pret-à-Porter, Alta Costura, *Resort*, *Prefall...*), explicación de las mismas y análisis exhaustivo (inspiración, influencias, color, estampados, prendas, acabados, particularidades, complementos, espacio, modelos, estilismo, maquillaje, peluquería, decoración, tendencias, microtendencias). Directores creativos, historia de las casas de moda. Estudio de la forma y el color en el proceso creativo. Estudio de la geometría y la ergonomía al diseño de moda.

**Unidad 3.** Estética y cultura de la moda actual: imagen, fotografía, *lookbooks*, desfiles, *street style*, personajes, modelos, etc

**Unidad 4.** *Sketchbook* y *Moodboard* – Libro de tendencias, cuaderno de bocetos, panel de tendencias, herramienta de trabajo previas a la creación. Aplicación de las diferentes fases proyectuales en el Diseño de Moda.

**Unidad 5.** Tipos de prendas, tejidos. Introducción a la ficha técnica.

**Unidad 6.** Estudio de mercado. Producción, publicidad y consumo. Estudios de presupuestos y viabilidad del proyecto. Imagen corporativa, *branding*, venta, distribución, *retailers*, comunicación.

**Unidad 7.** Investigación y experimentación para una marca de moda: colección imagen. Estudio y aplicación de la forma y el color en el proceso creativo. Aplicación de la geometría y la ergonomía al diseño de Moda. Estilismo.

**2.4. Actividades Dirigidas**

Durante el curso se desarrollarán algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos:

- Análisis de colecciones.
- Búsqueda y ampliación individual de términos vistos en clase (biografías y trabajos de directores creativos, historia de marcas de moda).
- Sketchbooks y moodboards de cada uno de las AD descritas a continuación.

- Introducción a las fichas técnicas introducción. Realización de fichas técnicas en las AD descritas a continuación.
- Pequeñas pruebas, trabajos o reseñas de la teoría impartida (búsqueda de tejidos, búsqueda de tipologías de prendas)

Actividad Dirigida 1 (AD1): Colección cápsula imagen individual.

Los alumnos, de manera individual, tendrán que realizar una colección cápsula individual de 8 looks aplicando todos los conocimientos realizados. Se llevarán a cabo prendas coordinadas con patronaje y confección. Dependiendo del tiempo, podría ampliarse un apartado de esa colección a desarrollar en grupo.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Colección individual como director creativo de una marca.

Estudio previo de la marca y realización de una colección de estética actual, aplicando el branding y la renovación de conceptos en el diseño. El alumno será el director creativo de la firma escogida.

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)/ Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en ambas convocatorias.

##### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)/ Actividades académicas dirigidas	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

Será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en ambas convocatorias.

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

#### Bibliografía básica

- Seivewright, Simón (2013). *Diseño e investigación*. México: Gustavo Gili.
- Renfrew, C.; Renfrew, E (2010). *Creación de una colección de moda*. México: Gustavo Gili.
- Matharu, G. (2011). *Diseño de Moda. Manual para los Futuros Profesionales del Sector*. Madrid: Océano

#### Bibliografía recomendada

- Tungate, Mark (2013). *Marcas de moda, marcar estilo de Armani a Zara*. México: G. Gili.
- Meadows, Toby (2009). *Crear y gestionar una marca de moda*. Barcelona: Blume.
- Atkinson, Mark (2012). *Cómo crear una colección final de moda*. Barcelona: Blume.
- Ireland, P.J. (2008). *Enciclopedia de acabados y detalles de moda*. Barcelona: Parramón.
- Smith, Alison (2013). *Confección de prendas de vestir*. Barcelona: Blume.
- Meadows, T. (2009). *Crear y gestionar una marca de moda*. Barcelona: Blume.
- Blázquez Casco, A.I. y Martínez Caballero, E. (2006). *Marketing de la moda*. Madrid: Pirámide.
- Plaza Orellana, R. (2009). *Historia de la moda en España*. Córdoba: Ed. Almuzara
- Bryant, J (2010). *The fashion file*. Nueva York, EE.UU: Hachette Book group.
- Jones, T y Rashtone, S. (2005). *Fashion now 2*. Madrid: Taschen.

#### Otros recursos:

[www.wgsn.com](http://www.wgsn.com)

[www.vogue.com](http://www.vogue.com)

[www.vogue.com/fashion-shows](http://www.vogue.com/fashion-shows)

[www.businessoffashion.com](http://www.businessoffashion.com)

[www.modaes.es](http://www.modaes.es)

[www.vfiles.com](http://www.vfiles.com)

[www.cameramoda.it/](http://www.cameramoda.it/)

[www.modeaparis.com](http://www.modeaparis.com)

[www.nowfashion.com](http://www.nowfashion.com)

Video y documentales: [www.M2M.TV](http://www.M2M.TV)

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Juan Carlos Pajares
Departamento	Artes
Titulación académica	Graduado en Diseño_Especialidad Moda
Correo electrónico	jpajares@nebrija.es
Localización	Campus de La Berzosa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Juan Carlos es graduado con honores por la ESDMadrid y la UAL-Central Saint Martins de Londres.</p> <p>Ha trabajado y colaborado para empresas nacionales e internacionales como The 2nd Skin Co, Missoni, H&amp;M y para la industria cinematográfica de Hollywood.</p> <p>Actualmente es CEO y director creativo de su firma homónima, JCPAJARES.</p>