



Diseño de Moda 3
Grado en Diseño de
Moda



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño de Moda 3

Titulación: Grado en Diseño de Moda

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Inmaculada Vergara Jiménez

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, prácticos 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.
- Valorar y usar los materiales para producir un diseño de moda y conseguir su correcta expresión y representación técnica.
- 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.
- 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.
- Capacidad para desenvolverse adecuadamente en un entorno profesional relacionado con la moda.
- Conocer y aplicar al diseño y gestión de moda las características de los tejidos y otros materiales empleados en moda, su tecnología y sus técnicas de producción.

- Conocer y aplicar las técnicas y normas de representación y comunicación gráfica del diseño de moda y complementos.
- Capacidad para integrar conocimientos y habilidades tanto propios del ámbito de la moda como de disciplinas ajenas, de producción ,comunicación y/o distribución para producir ideas originales en los proyectos de diseño de colecciones comerciales.
- Conocer y aplicar al diseño y gestión de moda los procesos psicológicos y sociológicos en los que se basa el público objetivo para la toma de decisiones de compra.
- Capacidad para diseñar y evaluar un estilismo, prenda o accesorio de moda en base a la forma, el color o la textura con capacidad para analizar los fenómenos artísticos contemporáneos y movimientos sociales y relacionarlos con la moda.

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

Tener los conocimientos principales de un proceso proyectual básico del diseño de moda y complementos, propios de las asignaturas previamente evaluadas en 1º y 2º curso.

2.2 Descripción de los contenido

- Creación de colección comercial, accesorios y complementos.
- Presentación el libro de tendencias como herramienta creativa.
- Compresión y elaboración de ficha técnica descriptiva.
- Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

2.3. Contenido detallado

Diseño de moda III es una asignatura de carácter teórico-práctico que tiene como finalidad la realización de colecciones de moda comerciales con los pasos y procesos de la producción industrial 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 realizando proyectos y actividades con clara dirección comercial y producción industrial.

La metodología a desarrollar en la asignatura será la proyectual, a partir de la cual y en base a trabajos/actividades dirigidas y proyectos reales, los alumnos aplicarán los diferentes conceptos teóricos que se expliquen en las clases magistrales.

Aplicaran los conceptos aprendidos en las diferentes unidades didácticas, y se mostrará en el proyecto final de diseño que realizarán para la asignatura.

- Fundamentación y estudio teórico práctico de proyecto integrado de diseño de moda.
- Realización de actividades dirigidas de los temas tratados en clase para asentar los conocimientos de marca, producción industrial, diseño de accesorios y realización e

- proyecto de moda integrado.
- Aplicación de las técnicas de confección, medios informáticos, ilustración de moda y fundamentación teórica e histórica y sus referentes artísticos para la comprensión, fabricación y aceptación del producto final de moda.
 - Posibilidad de desarrollar proyectos interdisciplinarios.
 - Correcto conocimiento de la tecnología digital y programas gráficos-visuales para la presentación y la comunicación del proyecto final de la asignatura.
 - Métodos de investigación en el diseño. El proceso proyectual como investigación.
 - Imagen e identidad de marca. Comunicación y moda.

Tema 0. Introducción: Conocer el mercado de la moda y su ámbito comercial y sociológico. El mercado de la moda y su consumo, estado actual de la industria de la moda, segmentación del mercado y las dimensiones que abarca. El producto de moda.

Tema 1. Microentorno y macroentorno de la moda.

El papel del diseñador en la marca comercial de moda. La colección comercial de productos de moda.

Funciones y áreas de trabajo, proceso creativo y pasos a seguir para crear una colección de moda y accesorios.

Tema 2. Producto de moda.

Target como herramienta de diferenciación: dimensiones a considerar (La calidad, las características y el diseño). El diseño y sus ámbitos.

Diferenciación del producto de moda por líneas, amplitud, usabilidad, longitud y profundidad, por nivel de gama y por destinatario final del producto.

Accesorios (bolsos, pañuelos, calzado, marroquinería, joyería, calcetería...). Su clasificación, breve introducción histórica-social y tendencias actuales.

Los accesorios como ítems de una colección global

Tema 3. Identidad y marca en el producto de moda.

Branding e imagen corporativa. Identidad y marca.

Creación de marca: Naming I, logotipos, elementos estéticos y funcionales de marca personal o comercial de moda.

Tema 4. Fase creativa del proyecto

Planificación y proceso por fases en el diseño de colecciones de moda.

La colección industrial o colección de una marca o cliente.

El briefing, Investigación y antecedentes, Fase de ideación y creación, Fase de concreción y concepción, Fase técnica, prototipado y producción de definitivos y fase comunicación.

Tema 5. El ciclo industrial del producto de moda.

Fabricación y producción. Tipos de muestrarios en la colección de moda.

Especificaciones técnicas y constructivas. Desarrollo técnico del departamento de producción.

La Ficha técnica.

Escandallos valorados. Tiempo y costes valorados de la producción en moda.

Tema 6. Distribución comercial de la marca de moda, comunicación y difusión.

Breve introducción de los canales de distribución de la colección de moda industrial y comercial. La comercialización de la marca comercial de moda. La comunicación y la visibilidad en la marca comercial de moda. El estilismo, la fotografía y modos de difusión de la marca comercial de moda.

Tema 7. Creación de Dossier

Realización del Dossier de un proyecto de moda. Originalidad, orden y coherencia en los puntos incluidos en el proyecto final. La maquetación del Dossier con herramientas adecuadas de diseño. El producto gráfico-visual final como herramienta de difusión afín a nuestra marca.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán algunas de las actividades dirigidas, prácticas o proyectos donde se pondrá en práctica:

- Análisis e investigación sobre marcas de moda comerciales ya realizadas para conocer los antecedentes con los que nos encontramos en la actualidad.
- Conocer y estudiar los puntos a desarrollar en una colección comercial.
- Realización de algunas técnicas de creatividad o puesta en común para los ejercicios de creación de marca comercial, realizando un *Roleplay* de equipo de diseño global.
- Conocer la industria y cómo se desarrollan las colecciones industriales en el mundo de la moda actual. Sus nuevas tendencias y formas de hacer.
- Reflexiones y comentarios sobre las actividades realizadas e incluso puestas en común, enriqueciéndose ellos mismos de sus trabajos presentados, además de *feedback* con el alumnado y profesor.

Actividad Dirigida 1:

Marca / 1º parte: 10% (Actividad paralela al proyecto integrado)

Estudio previo de la marca escogida por el alumnado y realizando un estudio bajo un guión que se les facilitará. El alumno hará el papel de investigador de la firma escogida.

Tendrá que realizar un briefing completo con el cuál un supuesto director creativo tendría que trabajar, poniendo en el mismo toda aquella información necesario que transmitir al nuevo diseñador contratado.

Marca/ 2º parte: 10% (Actividad paralela al proyecto integrado)

Tras haber dado el tema 1 el alumno, y habiendo realizado el briefing de la marca escogida, realizará una selección de estilismos claves a través del estudio realizado de la marca.

Habiendo realizado la selección de estilismos clave de esta temporada, 2020/21. El alumnado seleccionará un complemento o accesorio de la colección y temporada actual. Harán la función de estilista escogiendo el próximo complemento fetiche y "Must have" de todas las apasionadas de la moda y este complemento será elemento de portada de la revista de moda que escojan presentando un Mockup de la portada con presentación incluida.

Actividad dirigida 2:

Target comercial. 10% (Incluida en el proyecto integrado)

El alumno, tras el tema 2, empezará a perfilar a su cliente idóneo al que dirige su colección comercial para empezar a bocetar sus primeros diseños afines a esa personalidad. Se realizará en Photoshop un Panel de cliente orientado a nuestro proyecto final, será un "Character portraid" y se realizará a modo de collage creativo. Se guiará al alumnado con ejemplos visuales y con la búsqueda de imágenes idóneas para el mismo. Su evaluación se incluirá en el punto Target del proyecto final.

Actividad dirigida 3:

Branding/naming/imagen corporativa de marca comercial 10% (incluida en el proyecto integrado)

Realizará cada uno de los alumnos y alumnas un equipo creativo de diseño, a modo de *Roleplay*, para encajar el naming y nuestra marca comercial y sus valores. Será nutritivo para todos y todas que haya un feedback y una retroalimentación con sus diferentes valoraciones. Esto les hará conoer como se trabaja en un eequipo de disñeo global de empresa.

Actividad dirigida 4:

Realización de moodboards y fase creativa con la realización de figurines para nuestro proyecto final de colección comercial. 10%. (incluida en el proyecto integrado)

Concretaremos líneas, tejidos, looks a desarrollar ... para comenzar la realización de la fase técnica de los looks finales seleccionados a confeccionar y complementos a realizar.

Actividad dirigida 5:

Realización de la Fase técnica. 10% (incluida en el proyecto integrado)

Realización de fichas técnicas, marcadas y escandallos valorados de las prendas y complementos o accesorios que componen los looks confeccionados a llevar a cabo de la

colección comercial del alumnado. Confección y realización valorando la técnica del alumnado en su desarrollo.

Actividad dirigida 6:

Visión comercial y comunicación de la marca. 5 % (incluida en el proyecto integrado)

Comunicación de la marca y su presentación. Fase comunicativa con shooting de fotografía, estilismos finales con los complementos, videos promocionales, aplicaciones de la marca (Catálogo, etiqueta, packaging, mockups...).

Actividad dirigida 7:

Organización del proyecto y exposición 5%

Organización del proyecto, limpieza y orden, maquetación y estética acorde para un proyecto comercial global con coherencia y profesional.

Actividad dirigida 8:

Propuesta de diseño en algún concurso o plataforma que impulse a diseñadores noveles a conocerse o/y participación en el proyecto del Diseñador del año organizado por la coordinación del grado.

Examen final:

La prueba final de la asignatura consistirá en la realización de un proyecto integrado con el desarrollo completo de una colección comercial realizada de forma individual por cada alumno.

Los alumnos realizarán una colección, con un mínimo de 20 looks y sus respectivos complementos, aplicando todos los conocimientos obtenidos en la asignatura. Se llevarán a cabo prendas coordinadas con patronaje y confección, los figurines en clase de ilustración, y fotografía. Además se dará un peso importante a la presentación del dossier y de la imagen comunicativa de sus propias marcas comerciales realizadas.

Mínimo desarrollarán dos looks al completo con el estilismo completo para fotografiar. El look deberá contener unos adecuados complementos diseñados y realizados por el alumnado (donde mínimo debe tener un calzado, joyería/bisutería acorde, un complemento confeccionado, como por ejemplo el bolso, mochila, riñonera, cinturón, guantes, bufanda, pañuelo, gorro o sombrero, mitones, calentadores, calcetines...) para la aprobación del proyecto.

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases Magistrales	33 h	100%
AF2	Caso práctico	38 h	100%
AF3	Tutorías	13 h	100%
AF4	Trabajos individuales o en grupo de los estudiantes	22 h	50%
AF5	Actividades a través de recursos virtuales	8 h	0%
AF7	Estudio individual y trabajo autónomo	63 h	0%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

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

- 0 - 4,9 Insuficiente (Ins)
- 5 - 6,9 Suficiente (Suf)
- 7 - 8,5 Notable (Not)

8.75 - 10 Sobresaliente (Sbr)

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia, actitud y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y actividades dirigidas (individuales y/o grupales)	30%
Examen parcial (escrito y presentación de trabajo o actividad dadas hasta la fecha como evaluación de examen, contando esa nota para la entrega final)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

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.

La asistencia a las clases es obligatoria. Si un alumno llegara tarde 40/45 minutos se considerará retraso y si hubieran pasado los 60 minutos el retraso se considerará falta, siempre que no se tenga un justificante para poder justificar dicha falta.

Normas de escritura/ortografía.

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.

En la calificación de las actividades, trabajos y exámenes universitarios serán evaluados no solo los contenidos, sino también todos los aspectos que contribuyen a una correcta expresión escrita como son la presentación formal, la estructura y organización de las ideas y contenidos, la correcta ortografía, la puntuación, etc. En definitiva, se evaluará que la expresión sea la correspondiente a un nivel universitario. Con respecto a la redacción y presentación se tendrán en cuenta los siguientes criterios: en cada entrega evaluable se restarán de 0,5 a 1 puntos de la nota final por este tipo de fallos.

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

- Feyerabend Volker, F. (2009). Dibujo en plano. Barcelona. España: Gustavo Gili.
- Lannelongue, M.P. (2008). *Los secretos de la moda al descubierto*. Barcelona, España: Gustavo gili.
- Fano,R. (2006). *La moda mata pero no engorda*. Barcelona, España: Ático ediciones
- Worsley,H. (2000).*Decades of Fashion*. Alemania. Könemann
- Lukacs,G. (2011). *Simmel La moda*. Milán, Italia: Mondadori.
- Tungate, Mark (2013). *Marcas de moda, marcar estilo de Armani a Zara*. México, México: G. Gili.
- Fogg,M.(2013). *Cuando la moda es un arte:80 obras maestras y los secretos de su éxito*. Londres, Reino Unido: Lunweg.
- Meadows, Toby (2009). *Crear y gestionar una marca de moda*. Barcelona, España: Blume.
- Ancin,J.M (2004). La distribución comercial: opciones estratégicas. Madrid, España: ESIC.
- Anonimo. (2008). *Zapatos*. Madrid, España: Edimat libros.
- Johnson, A. (2002). *Bolsos: El poder de un accesorio*. Alemania. Könnemann.
- Verdú, V (2003). *El estilo del mundo*. Barcelona, España. Anagrama S.A.
- Buckley,C y McAssey,I. *Estilismo de moda*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Martinez,I. (2016). *El manual del estilista*. Londres, Reino Unido: Authorhouse.
- Matharu, G. (2011). *Diseño de Moda. Manual para los Futuros Profesionales del Sector*. Madrid, España: Océano
- Olivé,E y Guals,M. (2007). *¿Qué me pongo?*. Barcelona, España. Libros Cúpula.
- Kassia St, C. (2016). *La vida secreta de los colores*. Barcelona, España: Indicios.
- Erner, G. (2005). *Víctimas de la moda: Como se crea y por qué las seguimos*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Otros recursos:

Informes de AITEX (Instituto tecnológico del textil de la Comunidad Valenciana)
 Informes y casos prácticos de moda. Fundamentos del marketing de Garrido Otuño,
 Graphicburguer.com
 fashionnetwork.com
 fashionrevolution.org
 www.nowfashion.com

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Inmaculada Vergara Jiménez
Departamento	Artes
Titulación académica	Grado en Diseño de Moda
Correo electrónico	mvergaraj@nebrija.es
Localización	Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Docente en la especialidad de diseño de moda en la Universidad Nebrija, impartiendo la asignatura de Diseño de moda III en 3º curso del Grado.</p> <p>Recientemente he cambiado mi ámbito de investigación para la Tesis a una investigación sobre el tinte natural de los tejidos, ya que realizando el doctorado llevo desde 2014/15 orientado a la semiótica de la moda y su relación con personas con deficiencia visual total o parcial.</p> <p>Este cambio se debe a mi reciente Master de investigación en artes, música y diseño, cursado en la Universidad de Jaén. Universidad donde también cursé el Master de educación especializado en el área de la educación del dibujo, las artes plásticas y el diseño en 2013/14.</p> <p>Diseñadora de moda por la Escuela Superior de Diseño de la Región de Murcia, el último año lo cursé en Accademia di Belle Arti di Brera en Milán, especializando en diseño de complementos y participando en el Fashion in Fiber recovery´12 exponiendo en la Triennale de Milán (Septiembre de 2012).</p> <p>Reciente especialización en Moodle 3.8 para docentes y creación de contenidos con Exelearning , curso homologado por Maxima formación, y expedido en colaboración por la Universidad Nebrija.</p> <p>Anteriormente me formé en la Escuela de artes de Granada realizando el Ciclo Superior de artes plásticas y diseño en Estilismo de indumentaria, y también el ciclo Superior en Artes plásticas y diseño en Gráfica publicitaria en la escuela de artes Gaspar Becerra de Baeza.</p> <p>En 2008 obtuve el título de Personal shopper por la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duque de Barcelona y obtuve el segundo premio en la Cátedra dirigida por el diseñador Elio Berhanyer en 2010 en Córdoba con vestuario de teatro.</p> <p>Tengo experiencia en docencia del diseño de moda y gráfico en escuelas de diseño de moda como es IED Madrid, ESADA escuela superior de diseño de Andalucía y además ligo esta experiencia junto con el desarrollo de marca propia de complementos de moda.</p> <p>Durante los años de investigación en el ámbito de personas invidentes o con deficiencias visuales y el mundo de la moda presenté algunas aportaciones a los siguientes congresos internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - "D-sastre a profesional reflexivo" en el congreso I. Meeting. For young researchers on heritage realizado por la UNIA (Baeza) 2014. - "Sensory fashion" en el Congreso "Risks and opportunities for visual arts education". InSea (Lisboa) 7-9 julio 2015 - Comunicación "Blind people in fashion" en el 31º Encuentro APECV en Quinta daCruz en Viseu (23 y 24 Marzo 2019)
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------