



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 de un proceso de Diseño al completo.
- Asociar la metodología proyectual de trabajo al proceso de Diseño.
- Aplicar con criterio los métodos de análisis y técnicas de desarrollo de un producto de moda en sus diferentes ciclos de vida.
- Aprender por sí mismo otros conocimientos relacionados con la materia a través de la investigación, enfrentándose a proyectos reales de moda.+ 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.
- Saber traducir un diseño a un dibujo que proporcionalmente pueda realizarse e industrializarse, además de añadir sus especificaciones técnicas de desarrollo.
- Alcanzar su personalidad en el proceso de Diseño.
- Correcta realización de un proyecto de moda global como diseñador

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
- Presentación el libro de tendencias como herramienta creativa y creación de su propio concepto de marca.
- Compresión y elaboración de ficha técnica descriptiva.
- Introducción en conocimientos sobre la comunicación y representación que requiere una colección comercial.
- Métodos de investigación y experimentación propios del desarrollo de un proyecto personal con dimensiones comerciales.

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 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 proyectos de diseño de moda.
- Realización de actividades dirigidas en los distintos temas tratados en clase de la especialidad de la asignatura.
- Aplicación de las técnicas de patronaje y confección, medios informáticos y sus programas, dibujo artístico e ilustración y fundamentación teórica histórica y referentes artísticos para la comprensión, fabricación y aceptación del producto final.
- Posibilidad de desarrollo de proyectos interdisciplinares.
- Correcto conocimiento de la tecnología digital 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.

Tema 1. Microentorno y macroentorno de la moda.

Cómo participamos como diseñadores y cuál es nuestro papel. Qué facetas debemos tener en cuenta en una colección comercial de productos de moda.

Funciones y áreas de trabajo, proceso creativo y pasos a seguir para crear una colección en relación con el ámbito empresarial.

Tema 2. Producto de moda.

Target como herramienta para clasificar el producto.

Tipos de producto en moda y como se clasifican (bolsos, pañuelos, calzado, marroquinería, joyería, calcetería...) y tendencias de un nuevo producto en moda.

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

Briefing e imagen corporativa como herramienta de diferenciación

El producto de moda: El bolso y el calzado como ítems de una colección global.

El producto de moda: Diseño de complementos y accesorios

Tema 4. Fase creativa del proyecto

Creatividad en base a la invención de marca con un producto afín a nuestras especificaciones de marca.

Tema 5. El ciclo del producto de moda.

Ideación, concreción y concepción

Fabricación y producción

Especificaciones técnicas y constructivas

Tiempo y costes valorados / escandallos

Muestrarios

Tema 6. Representación comercial y técnica del producto de moda con las nuevas tecnologías.

El 3d en complementos y accesorios y su representación.

Visibilidad, comunicación y Modo de difusión: Catálogo o folletos, RR.SS, modelos de publicidad en moda publicidad

Tema 7. Proyecto/Dossier

Realización de nuestro dossier con una correcta entrega de un proyecto de moda. Valorando la originalidad, el orden y la coherencia en los puntos que debe contener el proyecto final, la maquetación y el diseño gráfico/visual como herramienta de difusión comunicativa y afín a nuestra imagen de marca.

2.4. Actividades Dirigidas

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

- Análisis y desarrollo de colección comercial.
- Búsqueda e investigación autónoma con ampliación de conocimientos en base a los vistos en clase. Se valdrán en esa fase de investigación de historias de diseñadores, colecciones vistas en webs especializadas, búsquedas de tendencias en plataformas o revistas especializadas o incluso otros trabajos o publicaciones. Se asesorará al alumnado sobre las herramientas de búsqueda en la red.
- 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.
- Realización de algunas técnicas de creatividad o puesta en común para los ejercicios de creación de marca, realizando un roleplay de equipo de diseño.

* Todas las actividades dirigidas podrán ir incluidas dentro del dossier del proyecto final a entregar, ya que las actividades dirigidas serán pequeños pasos dados para nuestro proyecto final, los cuáles será más fácil dosificar y realizar poco a poco y luego incluir todos los pasos en nuestro dossier de proyecto final el día de la entrega (el día del examen final).

Actividad Dirigida 1 Marca / 1º parte: 20%

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.

Actividad dirigida 1 marca/ 2º parte: 10%

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.

Realizando la selección de estilismos fetiche de la marca y haciendolos protagonistas de esta temporada. El alumnado seleccionará un complemento o accesorio de una 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 escogerá el complemento clave de las portadas (Vogue, Elle, Neo2, Glamour, harper´s bazaar...) para este diciembre.

Actividad dirigida 2: 10%

El alumno, tras el tema 2, empezará a tener en cuenta que tipo de colección comercial es afín a su personalidad y deberá a comenzar a tener en cuenta el target o cliente final al que va dirigido. 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.

Actividad dirigida 3: Imagen corporativa 10%

Tras el tema 3 y 4 realizaremos un equipo creativo de diseño, a modo del roleplay, para encajar el naming y una visión de empresa con valor de marca de cada uno de los alumnos. Será nutritivo para todos y todas que haya un feedback y una retroalimentación con sus diferentes valoraciones. Esto les hará tener realizado otro paso en el proyecto final.

Actividad dirigida 4: Realización de moodboards y fase creativa de nuestro proyecto final de colección comercial. 10%

Concretaremos líneas, tejidos, looks a desarrollar ... para comenzar la realización de los looks finales confeccionados. Realización de fichas técnicas, marcadas y escandallos valorados de las prendas que componen los looks confeccionados.

Actividad dirigida 5: Visión comercial de la marca. 10%

Tras el tema 6 se procederá a la realización de etiqueta comercial de cada prenda con las especificaciones reglamentarias y precio final valorado según los procesos de producción en consonancia con el valor de la marca. (y packaging si fuera necesario). También se estudiarán los estilismos finales de comunicación, complementando el look para los dos looks anunciantes de la colección diseñada. Una vez escogidos los dos looks completos se fotografiarán para un proceso de comunicación que el alumnado escoja (online via web o RRSS, catálogo impreso, impresión sobre bolsa...)

Actividad dirigida 6: Organización del proyecto 10%

(últimas sesiones antes de la entrega con orientación personalizada y dudas en común). Organización del proyecto, maquetación y estética acorde para un proyecto comercial global con coherencia, estética y profesional.

Examen final:

La prueba final de la asignatura consistirá en la realización de una colección comercial individual.

Los alumnos, de manera individual, tendrán que realizar una colección mínimo 20 looks aplicando todos los conocimientos obtenidos. Se llevarán a cabo prendas coordinadas con patronaje y confección, los figurines en clase de dibujo, fichas técnicas y estampados propios con la asignatura de medios informáticos.

Mínimo desarrollarán dos looks al completo con el estilismo completo para fotografiar. El look deberá contener accesorios y complementos (donde mínimo debe tener un calzado en consonancia, joyería/bisutería acorde diseñada por el alumnado y un complemento funcional confeccionado Ej: bolso, mochila, riñonera, guantes, bufanda, pañuelo, gorro o sombrero, mitones, calentadores, calcetines...)

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, F.V y Ghosh, F. (2008). *Ilustración de moda. Plantillas*. Barcelona, España: Gustavo Gili Moda.
- 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: Lunwerg.
- 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.
- Martínez,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.
- Gatum,Ch. (2012). *Light&Shoot:50 fotos de moda*. Hermann. Barcelona, España: Blume.
- 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,
 The Editor´s Eye (2012). New York
 fashionnetwork.com
 fashionunited.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	Campus de La Berzosa. 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>Doctoranda en la Universidad de Jaén profundizando en el diseño de moda y los invidentes y su forma de percibir la moda. Máster en investigación en artes y diseño en la especialidad de moda, y diseñadora de moda , obteniendo el título por la Escuela Superior de Diseño de la Región de Murcia.</p> <p>Docente de diseño centrado en el diseño de moda y gráfico, donde en los inicios de mi andadura como doctoranda probé centrar mi tesis a la practica metodológica del profesional reflexivo de Schön en el ámbito del diseño de moda y la confección. (Póster “D-sastre a profesional reflexivo” en el congreso I. Meeting. For young researchers on heritage realizado por la UNIA) llegando a entender que la práctica metodológica de la investigación autónomo en proyectos reales , de ámbito profesional enfrentados por el alumno tendría un buen fin en el proceso de aprendizaje.</p> <p>Durante los años de investigación del doctorado he presentado diferentes comunicaciones y poster en consonancia con el tema tratado en el doctorado sobre las personas invidentes y su comunión con el mundo de la moda y las tendencias.</p> <p>Póster. "Sensory fashion" en el Congreso “Risks and opportunities for visual arts education”. InSea (Lisboa) 7-9 julio 2015 y Comunicación/conferencia "Blind people in fashion"en el 31º Encuentro APECV en Quinta daCruz en Viseu (23 y 24 Marzo 2019)</p> <p>Diseñadora de complementos, bajo marca propia, con colaboraciones en prensa y televisión.</p> <p>Además de obtener diferentes ciclos superiores de artes plásticas y diseño en Estilismo de indumentaria, personal shopper y Diseño en Gráfica publicitaria.</p>
---	--