



Estilismo

Grado en Diseño de Moda  
2025-26



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Estilismo

**Titulación:** Grado en Diseño de Moda

**Curso Académico:** 2025-26

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 3º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** D. Javier Cuervo Moreno

## 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.
- Ser capaz de comunicar el concepto y función de un proyecto 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.
- Promover, desarrollar y evaluar a través del diseño de moda hábitos de consumo sostenible entre los diferentes sectores de la población.
- 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.
- Conocer y aplicar de forma crítica el análisis de tendencias para crear y comunicar una colección de moda, interpretar críticamente una imagen de moda y sus componentes lógico-emocionales y analizar los distintos relatos que vertebran el sistema del lujo y del consumo contemporáneo.
- Conocer las diferentes fases para emprender, idear y desarrollar una marca propia.

## 1.2. Resultados de aprendizaje

- Conocer la Industria de la Moda.
- Usar las técnicas para dar una imagen concreta a la creación, presentación, viabilidad y mejor posicionamiento en el mercado.
- Aplicar las técnicas de las estructuras del mercado y el marketing aplicado a la moda, el estilismo con las que conseguir diferenciarse de la competencia y atraer la atención del potencial cliente despertando su interés por adquirir el producto.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

- Introducción al estilismo: formas, tipos, asesoría, imagen, estética
- Estilistas actuales
- Estilismo y edición de moda, tendencias, proyectos, protocolo, colección, prensa, cine, televisión
- Estilismos: Sostenibilidad y moda

### 2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

- 1. Introducción al estilismo**
  - Historia del estilismo
  - Espacios de trabajo del estilista.
  - Tipos de estilismo: editorial, comercial, personal, audiovisual, eventos, e-commerce.
  - Práctica y dinámica profesional.
  - El kit del estilista.
  - Perfil profesional y competencias clave.
- 2. Debates de moda y lugares de inspiración**
  - Relaciones del estilismo con el arte, el cine, la música y otras disciplinas visuales.
  - Referencias históricas y contemporáneas.
  - Construcción de un discurso visual propio.
- 3. Concept design y dirección de arte para estilismo**
  - Del concepto a la imagen final.
  - El moodboard como herramienta creativa y de comunicación.
  - Paleta de color, texturas, atmósfera y narrativa visual.
- 4. Producción y publicidad**
  - Casting y scouting.
  - Art buying, briefing, shopping, showrooms.
  - El estilismo en la publicidad y la catalogación.
  - Archivo, fitting y gestión de prendas.
- 5. Editoriales y campañas**
  - Visión artística vs. comercial.
  - Práctica del estilismo editorial.
  - Diferencias entre foto y vídeo.
- 6. Sesión de e-Commerce**
  - Práctica de plató: preparación de una sesión.
  - Contenidos elementales de fotografía.

- Estilismo de producto y dirección de una sesión.
- Análisis de marcas y coherencia visual.
- 7. **Desfiles, presentaciones y re-sees**
  - Análisis de desfiles y storytelling en las prendas.
  - Práctica del estilismo de desfile.
- 8. **Análisis de tendencias**
  - Ciudades de estilo y referentes de imagen.
  - Estrategias para desarrollar un estilo propio.
- 9. **Estilismo para eventos, personalidades y celebrities**
  - Dress code y protocolo.
  - Fisionomías y nociones de colorimetría.
  - Buenas prácticas con clientes.

#### PRUEBA FINAL: PROYECTO EDITORIAL

Cada estudiante deberá realizar un **proyecto editorial fotográfico de tema libre**, con exposición oral en clase.

El proyecto incluirá, como mínimo, las siguientes partes razonadas:

1. **Enfoque y objetivos del proyecto:** premisa, intención y alcance deseado.
2. **Desarrollo de concepto y dirección de arte:** moodboards conceptuales, referencias visuales, coherencia narrativa.
3. **Casting, equipo técnico y artístico, localización.**
4. **Briefing de estilismo, maquillaje, peluquería, set design, fotografía e iluminación.**
5. **Desarrollo estilístico argumentado:** selección de marcas, piezas, estilos, paleta de color, volúmenes, texturas, accesorios, etc.
6. **Selección fotográfica final:** mínimo 7 y máximo 12 imágenes, destacando una principal para posible portada.
7. **Inserción o venta del editorial:** se valorará especialmente su realización práctica o presentación a medios/ publicaciones reales.
8. **Conclusiones.**

#### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

- CASO DE ESTUDIO I (CE 1): *Vogue España. Análisis crítico de un editorial impreso.* Se requiere comentar, al menos, los siguientes puntos: portada, selección de imágenes, casting, estilismo y dirección de arte.
- CASO DE ESTUDIO II (CE 2): *Análisis comparado de desfiles. Jonathan W. Anderson y Benjamin Bruno, Loewe vs. Dior.* Se deberá realizar un análisis comparado donde traten, al menos, los siguientes puntos: análisis conceptual, descripción estilística, comparación de estilo, casting, música y escenografía.
- CASO DE ESTUDIO III (CE 3): *Improvisación.* Creación, in situ, de un look con las prendas dadas adecuándose a dos supuestos proporcionados por el docente.

#### 2.5. Actividades formativas

| CÓDIGO | ACTIVIDAD FORMATIVA                                 | HORAS | PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD |
|--------|---|-------|------------------------------|
| AF1    | Clases Magistrales                                  | 128   | 100%                         |
| AF2    | Caso práctico                                       | 82    | 100%                         |
| AF3    | Tutorías  | 58    | 100%                         |
| AF4    | Trabajos individuales o en grupo de los estudiantes | 41    | 50%                          |
| AF5    | Actividades a través de recursos virtuales          | 41    | 0%                           |
| AF7    | Estudio individual y trabajo autónomo               | 175   | 0%                           |

### 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

| Sistemas de evaluación   | Porcentaje |
|--|------------|
| Asistencia y participación en clase  | 10%        |
| Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo) / Actividades académicas dirigidas | 20%        |
| Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)  | 20%        |
| 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%        |

#### 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. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar 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, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

##### 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**

- Arnkil, Harald. *Colour and Light: Principles and Practice*. Aalto ARTS Books, 2013.
- Ausoni, S. & Mancinelli, A. (2022). *L'arte dello styling. Come raccontarsi attraverso i vestiti*. Vallardi.
- Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. 1980.
- Blackman, Cally. *100 Years of Fashion Illustration*. Laurence King Publishing, 2007.
- Brockman, Helen. *The Theory of Fashion Design*. Wiley, 1965.
- Burns-Tran, S. & Davis, J. B. (2018). "Introduction to Fashion Styling". En *Style Wise: A Practical Guide to Becoming a Fashion Stylist*. Bloomsbury.
- Calefato, P. *The Clothed Body*. Berg, 2004.
- Colman, Elizabeth. *Styling for the Camera: A Guide to Photographic Styling*. Bloomsbury, 2019.
- Dutt, R. (2010). "Formal Wear, Men's". En V. Steele (Ed.), *The Berg Companion to Fashion*. Oxford: Bloomsbury Academic.
- Evans, Caroline. *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity and Deathliness*. Yale University Press, 2003.
- Hall, Stuart (ed.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage, 1997.
- Heller, Eva. (2004). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: GG.
- Hopkins, Jennifer. *The Fashion Stylist's Guide: From Concept to Catwalk*. Fairchild Books, 2015.
- Hopkins, Judith. *Fashion Styling*. Laurence King Publishing, 2012.
- Kawamura, Yuniya. (2005). *Fashion-ology*. Berg, Oxford.
- König, René. (1971). *Sociología de la moda*. Redondo, Barcelona.
- Lunn, Katie. *Fashion Stylist's Handbook*. Bloomsbury, 2017.
- Lupton, Ellen & Phillips, Jennifer Cole. *Graphic Design: The New Basics*. Princeton Architectural Press, 2015.
- Mau, Bruce. *Massive Change*. Phaidon, 2004.
- McCasey, J. & Buckley, C. (2011). *Estilismo de moda. Manuales de diseño de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- McVeigh, B. J. (2010). "Dress Codes". En V. Steele (Ed.), *The Berg Companion to Fashion*. Oxford: Bloomsbury Academic.
- Miller-Spillman, K. A. (2019). "Dress in the Workplace". En K. A. Miller-Spillman & A. Reilly (Eds.), *The Meanings of Dress*. New York: Fairchild Books.
- Mirzoeff, Nicholas. *An Introduction to Visual Culture*. Routledge, 2023.
- Muratovski, Gjoko. *Research for Designers: A Guide to Methods and Practice*. SAGE, 2015.
- Pastoreau, Michel. (2017). *Los colores de nuestros recuerdos*. Periférica.

- Pavlovic, Ana. *Fashion Styling: Theory and Practice*. Routledge, 2020.
- Piqué Sans, Ramón. (2011). *Vestimenta y protocolo*. Madrid: Difusión Jurídica y Temas de Actualidad.
- Quinn, Bradley. *Fashion Futures*. Merrell, 2012.
- Shinkle, Eugenie (ed.). *Fashion as Photograph: Viewing and Reviewing Images of Fashion*. I.B. Tauris, 2008.
- Vogue Like a Painting. (2015). *Catálogo de exposición*. Madrid: Museo Thyssen-Bornemisza.
- Walker, Tim. *Story Teller*. Thames & Hudson, 2012.

### **Teatro y audiovisuales:**

- Aphex Twin & Cohen, N. L. (2018). *Korg Funk 5*.
- Bonello, B. (2014). *Saint Laurent*. Francia.
- Carrozzini, F. (2016). *Franca: Chaos and Creation*. EE. UU.: Disarming Films.
- Cutler, R. J. (2009). *The September Issue*. EE. UU.: Roadside Attractions.
- Janson Media. (2014). *Jeans: A Faded Blue Planet*. EE. UU.
- Kieve, D. (1995). *Unzipped*. EE. UU.: Miramax Films.
- Lespert, J. (2014). *Yves Saint Laurent*. Francia.
- Morgan, A. (2015). *The True Cost*. EE. UU.
- Nova Galega de Danza & Pazos, M. (2025). *Dique*. España.
- Pazos, M. (2025). *Orlando*. España.
- Plioplyte, L. (2014). *Advanced Style*. EE. UU.: Dogwoof.
- Porter, S. (1993). *Orlando*. Reino Unido.
- Simón, C. (2025). *Romería*. España.
- Tcheng, F. (2014). *Dior and I*. Francia.

### **Revistas especializadas:**

- 299 792 458 m/s
- AnOther Magazine
- Another Magazine
- Another Man
- Ballad Of
- Buffalo Zine
- C\*NDY
- C-Heads
- Cactus
- Dazed
- Document Journal
- Dust Magazine
- Eaten
- Encens
- Fare Magazine
- Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion
- Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture
- Fantastic Man
- Fruits Magazine
- Garment
- Hypebeast
- i-D
- Journal of Fashion Marketing and Management: Fast fashion
- Kinfolk
- L'Officiel Art

- Love
- Metal Magazine
- Neo2
- Ordinary
- POP
- Polyester
- Purple Magazine
- Pylot
- Record Culture Magazine
- Re-Edition
- Sister
- Sick
- Self Service
- System
- The Gentlewoman
- The New Order
- The Talks
- Toiletpaper Magazine
- Vestoj
- Vogue Italia
- Vogue Paris
- Vogue Portugal
- Wonderland

## 5. DATOS DEL PROFESOR

|  |   |
|--|---|
| Nombre y Apellidos   | D. Javier Cuervo Moreno   |
| Departamento   | Artes   |
| Titulación académica   | Grado en Diseño de Moda   |
| Correo electrónico   | jcuervo@nebrija.es  |
| Localización   | Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales   |
| 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. | Graduado en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Diseño y Dirección Creativa en Moda por la Universidad de Vigo, combina su experiencia académica con una trayectoria profesional en el ámbito de la moda y la dirección de arte, desempeñando actualmente labores de Content Curator y Estilista en Adolfo Domínguez. Ha comisariado exposiciones en instituciones como la UAM y la UCM, y participado en proyectos de investigación y difusión cultural. Sus líneas de investigación se centran en la construcción identitaria, el cuerpo y la autorrepresentación, así como en las dinámicas de poder en las industrias culturales. |