



Diseño de Moda 3

Grado en Diseño de Moda
2022-23



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño de Moda 3

Titulación: Grado en Diseño de Moda

Curso Académico: 2022-23

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Laura M. González Villanueva

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.

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 contenidos

- 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 y sus complementos y accesorios 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. Con este fin se ampliarán los conocimientos sobre el planteamiento y ejecución de todas las fases del proyecto de una colección de moda.

La metodología a desarrollar en la asignatura será la proyectual, en la que cada una de las fases, previo a unos conceptos y conocimientos teóricos que se explicarán en las clases magistrales, se pondrán en práctica en las diferentes actividades dirigidas que complementarán el proyecto final de diseño que se realizarán para la asignatura.

- Fundamentación y estudio teórico práctico de proyecto integrado de diseño de moda.
- Realización de actividades dirigidas sobre las diferentes fases que integran la ejecución del proyecto de moda.
- Aplicación de las técnicas de confección y patronaje, 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.
- Desarrollo de proyectos interdisciplinares, junto con la asignatura de patronaje e ilustración de moda.
- Conocimiento de la tecnología digital y programas gráficos-visuales para la presentación y la comunicación del proyecto final.
- Métodos de investigación en el diseño. El proceso proyectual como investigación.
- Imagen e identidad de marca. Comunicación y moda.

TEMA 1.- INTRODUCCIÓN: El mercado de la moda. Orígenes y evolución. Tipos de colecciones y temporadas.

TEMA 2.- LA MARCA.

Factores a tener en cuenta en la investigación de la marca a la que queremos dirigir nuestro producto.

Análisis de la marca. Categorías de los productos en la industria de la moda.

TEMA 3.- PROCESO PARA CREAR LA COLECCIÓN.

Planificación de las fases en el diseño de una colección.

-Objetivo y Target.

-Tendencias. Análisis de tendencias.

-Proyecto / Tipo de proyectos.

TEMA 4.- LA INVESTIGACIÓN CREATIVA. Desarrollo de la fase de inspiración y creación.

-El briefing. Tipos de briefing.

-Métodos de inspiración.

-El concepto. Desarrollo del concepto.

-Proceso de creación de los bocetos (Sketch books).

-Desarrollo, muestreo y personalización.

-Tablero de inspiración y Mood Board.

TEMA 5.- CARTA DE COLOR Y CARTA TEXTIL

-Diseño y planificación de la línea.

-Tipología de prendas. Fichas técnicas.

-Prototipos / estilismo / presentación.

TEMA 6.-LOS ACCESORIOS

El bolso: breve introducción a su estudio histórico y tipos; La forma expresiva a través del bolso como complemento a la colección de moda. Posibilidades creativas en el diseño.

TEMA 7.- EL PORTFOLIO

El portfolio en el proyecto de moda. Partes que lo componen; Criterios de orden, coherencia y originalidad. Presentación del portfolio.

2.4. Actividades Dirigidas

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

- Analizar e investigar sobre la marca de moda comercial con el fin de plantear una colección que se integre en su Brandbook.
- Conocer todas las fases creativas para el desarrollo adecuado de una colección.
- Poner en práctica los ejercicios creativos que facilitan el trabajo de investigación y definición del proyecto.
- Ampliación de conocimientos para la materialización y la ejecución adecuada de las fases de patronaje y confección.
- Conocer cómo se desarrolla una colección desde el inicio a su presentación final.

Todas las actividades irán dirigidas a desarrollar y concretar el proyecto integrado que deben presentar los alumnos a final de curso.

Actividad Dirigida 1:

Los alumnos agrupados por parejas, una vez que se ha explicado la dinámica del proyecto, se disponen a elegir una marca para la que deben desarrollar el proyecto. Los alumnos analizarán los elementos de interés de dicha marca para desarrollar su proyecto personal teniendo en cuenta el análisis de la marca que han elegido para su proyecto, los alumnos plantearán el briefing, para introducirse en el proceso de investigación. (15%)

Actividad Dirigida 2:

Los alumnos deberán realizar las siguientes lecturas: GOLEMAN, D. (2018). El espíritu creativo. Barcelona. Grupo Editorial Penguin Random House, y SQUICCIARINO N. (1990). El vestido habla. Madrid. Cátedra.

Realizarán posteriormente un comentario de texto personal y se realizará una puesta en común / debate para intercambiar puntos de vista sobre las lecturas. (10%)

Actividad Dirigida 3:

Definición del concepto que tendrán que concretar en un texto claro y conciso, para realizar el panel conceptual y elaborar el *mood-board*, analizando la representación visual más idónea para el concepto que se quiere representar. Se definirá la carta de color y textil. (20%)

Actividad Dirigida 4:

Se definirán los diseños que integran la colección, teniendo en cuenta líneas, tejidos y color, se crearán los figurines de cada modelo y cada alumno decidirá teniendo en cuenta criterios de posible ejecución y tiempo, cuáles serán los modelos a prototipar valorando la idoneidad de los mismos. (25%)

Actividad Dirigida 5:

Una vez definidos los modelos se realizarán los patrones y la confección de las toiles, ajustando los modelos, si fuese necesario, para la elaboración de los prototipos definitivos. (30%)

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%

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.

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. Könemann.
- 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
Mockups.com
fashionnetwork.com
fashionrevolution.org
Domestika_ Creación de marca propia _Moisés Nieto.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Laura M.González Villanueva
Departamento	Artes
Titulación académica	Licenciada en Bellas Artes
Correo electrónico	lvillanueva@nebrija.es
Localización	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>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>Titulada Superior en Diseño de Moda. (C.S.D.M.M.) Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (Universidad Politécnica de Madrid). Posgrado en Gestión Industrial y Empresarial. U.P.M.; por la Fundación para la Promoción del Diseño de la Comunidad de Madrid (FUNDISMA).</p> <p>Técnico Superior de Patronaje. (Ciclo de Grado Superior)</p> <p>Licenciada en Bellas Artes en la Universidad Complutense de Madrid (C.E.S. Felipe II – Aranjuez).</p> <p>Actualmente realizando labores de investigación para la tesis doctoral en curso, sobre los procesos creativos y la identidad en el ámbito de la moda para la realización de colecciones.</p> <p>Experiencia docente como profesora de las asignaturas de Colecciones I, Patronaje Industrial y Proyectos Coordinados en la Universidad Rey Juan Carlos.</p> <p>Anteriormente profesora titular de cursos de escaparatismo y marketing en INEM y Cámara de Comercio (Principado de Asturias)</p> <p>Labores profesionales en el ámbito de la Moda, como <i>freelance</i>, así como modelista y vestuario teatral, entre otros, para el Ayuntamiento de Gijón.</p> <p>Otras actividades en el ámbito de las artes plásticas como artista plástica textil con participación en exposiciones y certámenes artísticos, entre los que se encuentran Galería Movart, Museo Cerralbo, Museo Adolfo Suárez, Facultad de Bellas Artes UCM.</p> <p>Además de realización de labores de comisariado y coordinación de diversas exposiciones y eventos artísticos.</p> <p>Participación como ponente en la actividad Comando Moda URJC durante la XX Semana de la Ciencia y la Innovación de Madrid, con la conferencia “La moda al servicio de la Sociedad”.</p> <p>Participación como docente en el Seminario de Arte y Diseño de Moda: dialogando con la Piel (URJC).</p> <p>Publicaciones:</p> <p>Artículo: “Arte y Moda” (2014) TAP Magazine ISSN 2341-3719</p> <p>Artículo: “Entre Telas” (2015) TAP Magazine ISSN 2341-3719</p> <p>Artículo: “Entre telas femeninas” (2017) TAP Magazine ISSN 2341-3719.</p> <p>Capítulo: «El arte como herramienta de comunicación en la moda: escaparates de moda y la instalación artística», <i>De la universidad a la sociedad. Transferencia del conocimiento en el área de Comunicación.</i> (2021) editorial Dykinson.</p>