



Proyecto y Edición Digital
(FF)

Grado en Diseño de Moda
2025-26



GUÍA DOCENTE

Asignatura: Proyecto y Edición Digital (FF)

Titulación: Grado en Diseño de Moda

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Nieves Febrer Fernández

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.
- Saber aplicar las tecnologías de la información y la comunicación al ámbito de la 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.
- Conocer las técnicas del retoque fotográfico y la edición digital, y usar las herramientas informáticas adecuadas para la resolución de ejercicios de representación gráfica en el ámbito del Diseño de Moda.
- Poseer y comprender de manera general los conceptos relativos a la ideación de una presentación digital de un proyecto de moda.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Conseguir llegar a la ideación gráfica en entornos y con herramientas digitales.
- Aplicación de las técnicas digitales y la imagen a la difusión de la Moda.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

- Video digital, grabación y formatos, Video/ Audio, Programas de Edición de video digital y Edición online. El video en la nube, repositorios online, Protección del copyright.
- El proyecto multimedia de Moda, guion y storyboard, el Fashion Film.

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.

Presentación de la asignatura.

En esta asignatura los alumnos aprenderán las múltiples conexiones que existen entre la moda, el video y el cine; sus diferentes formatos y su evolución histórica. También se centrarán en la realización de un ejercicio práctico que consistirá en la producción y dirección de un fashion film.

Primera parte.

1. Introducción ¿Qué es un fashion film?
2. Tipos de fashion films.
3. Historia de los fashion films.
4. Moda y cine.

Segunda parte (realización de un fashion film).

5. Introducción al proceso de realización y producción audiovisual.
6. Concepción de la idea.
7. Escritura de guion.
8. La importancia del plano. Diseño de un storyboard.
9. Realización de un dossier de producción.
10. Planificación y preparación del rodaje.
11. El equipo de rodaje.
12. Casting.
13. Pruebas de vestuario.
14. Arte y localizaciones.
15. Iluminación, cámaras y sonido.
16. Repositorios online y música.
17. Edición.

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:

- **Actividad Dirigida 1 (AD1):** *Presentación de un dossier de dirección y producción para un fashion film.*

En esta actividad, los alumnos deberán elaborar y presentar un dossier completo de dirección y producción para un fashion film, concebido como una propuesta audiovisual que combine narrativa visual, estética de moda y planificación técnica. El objetivo principal es que cada estudiante (o equipo de trabajo) desarrolle un proyecto que integre tanto la visión creativa como los aspectos técnicos y organizativos necesarios para llevar a cabo la realización de un fashion film. (20%)

- **Actividad Dirigida 2 (AD2):** *Lecturas obligatorias.*

A lo largo de la programación de los contenidos, los/as alumnos/as han de enfrentarse a ejercicios y pruebas en los que profundizarán en las lecturas obligatorias de la asignatura, interpretándolas críticamente, aplicando los conocimientos adquiridos y utilizando con precisión la terminología específica en el ámbito de la creación visual. (10%).

- En el **examen final** los alumnos deberán desarrollar un fashion film que continúe y amplíe el dossier presentado previamente en la *Actividad Dirigida 1*. La finalidad es que los estudiantes den vida a la visión creativa y a la planificación técnica detalladas en su dossier inicial, mostrando una progresión y cohesión clara entre la fase de planificación y la ejecución final del proyecto. (50%).

Todas las actividades han de entregarse obligatoriamente cada una en su fecha, siguiendo las pautas que se piden en el trabajo y realizadas de manera muy adecuada en contenido y forma.

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases Magistrales	27,6	100%
AF2	Caso práctico	39,1	100%
AF3	Tutorías	14,4	100%
AF4	Trabajos individuales o en grupo de los estudiantes	14,4	50%
AF5	Actividades a través de recursos virtuales	10,9	0%
AF7	Estudio individual y trabajo autónomo	43,6	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

Lecturas obligatorias

- Atamar Atamara-Rojas, T., Robledo-Dioses, K. y Kam, L. (2022). Branded content y marcas de moda de lujo: un estudio sobre la composición de los fashion films. *Correspondencias & Análisis*, (15), 55-79. Disponible en: <https://doi.org/10.24265/cian.2022.n15.03>
- Garre, C. (2023). Desde las características formales y narrativas hasta el valor artístico del fashion film: una propuesta desde las Bellas Artes. *Correspondencias & Análisis*, (17), 91-113. Disponible en: <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.04>
- Guerrero, B. y González-Díez, L. (2019). El fashion film como nuevo elemento comunicativo en el mundo de la moda: el caso de Nina L'Eau, de Eugenio Recuenco. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ES/C*, 20(20), 66-79. Disponible en: <https://doi.org/10.7263/adresic-020-05>
- Jódar-Marín, J. A. (2019). La puesta en escena y la postproducción digital del fashion film en España. El nuevo formato audiovisual de comunicación en moda concebido para Internet. RAEIC, *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6(11), 165-184. Disponible en: <https://doi.org/10.24137/raeic.6.11.10>
- Navarro Gaviño, Á. (2022). Fashion films: la inclusividad queer entre los medios de moda y las prácticas corporativas (2010-2020). *Estudios LGBTIQ+ Comunicación y Cultura*, 2(2), 189-201. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.5209/eslg.84968>

Bibliografía básica

- Arbaiza, F. y Huertas, S. (2018). Comunicación publicitaria en la industria de la moda: branded content, el caso de los fashion films. *Revista de comunicación*, 1(17), 9-33
<https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A1>
- Bennette, R. (2017). *How To Make A Movie: Learn to write, shoot and market your first film*. CreateSpace Publishing.
- Calefato, P. (2002) *Moda y Cine*. Instituto de Estudios de Moda y Comunicación.
- Díaz Soloaga, P., & García Guerrero, L. (2016). Fashion films as a new communication format to build fashion brands. *Communication & Society*, 29(2), 45-61.
<https://doi.org/10.15581/003.29.35923>
- Nadolman, D. (2003). *Diseñadores de vestuario*. Océano.
- Peisajovich, S. (2022). Fashion Film, entre el cine y la moda. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 85-92. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi152.6680>
- Rees-Roberts, N. (2018). *Fashion Film. Art and Advertising in the Digital Age*. Bloomsbury Visual.

Bibliografía recomendada

- Bolton, A. (1966). *Superheroes : fashion and fantasy*. Metropolitan Museum of Art.
- Bruzzi, S. (1997). *Undressing Cinema. Clothing and identity in the movies*. Routledge.
- Zapelli Cerri, G. (2006). *Imagen escénica: aproximación didáctica a la escenología*. Universidad de Costa Rica.

En el Campus Virtual se irán incorporando recursos y bibliografía que puedan ser de ayuda para determinados momentos y ejercicios de la asignatura.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Nieves Febrer Fernández
Departamento	Artes
Titulación académica	Doctora en Comunicación Audiovisual. Acreditada por la ANECA. Licenciada en Bellas Artes y Licenciada en Antropología Social y Cultural.
Correo electrónico	mfebrer@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.	<p>Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valladolid (UVa), Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en Historia del Arte Contemporáneo (UCM), Licenciada en Bellas Artes (UCM) y Licenciada en Antropología Social y Cultural (UCM).</p> <p>Acreditada por la ANECA en las figuras de Profesora Ayudante Doctora, Profesora Contratada Doctora y Profesora de Universidad Privada.</p> <p>Concedido un sexenio de investigación (2016-2022) en estudios de género, arte, cine, fotografía, etnografía audiovisual, comunicación, diseño y antropología.</p> <p>Profesora por las Universidades Camilo José Cela (UCJC); Universidad Internacional de Valencia (VIU); Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y Universidad Alfonso X El Sabio (UAX). También ha sido profesora invitada por las Universidades de Valladolid (UVa) y Complutense de Madrid (UCM). Desde el año 2006, trabaja como fotógrafa y etnógrafa visual freelance.</p>