



Proyecto Fin de Grado
(TFG)

Grado en Diseño de Moda
2022-23



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Proyecto Fin de Grado

Titulación: Grado en Diseño de Moda

Curso Académico: 2022-23

Carácter: Obligatorio

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 12

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Juana Rubio Romero / Dña. Sonia Lázaro Vaquerizo

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 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.

Saber aplicar las tecnologías de la información y la comunicación al ámbito de la moda. Conocer y comprender la teoría básica del color para crear gamas cromáticas y aplicar estos conocimientos en el diseño de moda.

Conocer y comprender los conceptos relativos a la vestimenta en las diferentes culturas, épocas y contexto histórico.

Identificar la estructura empresarial presente en la industria de la moda.

Promover, desarrollar y evaluar a través del diseño de moda hábitos de consumo sostenible entre los diferentes sectores de la población.

Ser capaz de concebir ideas y representarlas utilizando las distintas técnicas pictóricas y formas de representación en el ámbito del 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.

Conocer los Fundamentos del Diseño como herramienta experimental de creación de contenidos visuales y conceptuales en el ámbito del Diseño de Moda.

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.

Conocer y aplicar las técnicas del modelaje como medio técnico para la expresión de ideas de diseño y la creación de un diseño propio en al ámbito del Diseño de Moda.

Adquirir, comprender y aplicar los conocimientos relativos a las técnicas del patronaje y la confección de moda a mano y a máquina, necesarios para crear un diseño propio, siendo capaces de interpretar las tendencias del patronaje actual en al ámbito del Diseño de Moda.

Conocer y comprender de manera general los conceptos relativos a las características de los diferentes materiales textiles, tejidos naturales, sintéticos y fornituras, su procedencia, composición y textura, para el diseño de moda, así como el conocimiento adecuado del etiquetado y las normativas: abreviaturas y simbologías del tejido.

Conocer y aplicar las teorías y métodos para el diseño de estampados textiles y analizar la posibilidad del uso de materiales y procesos sostenibles en sus colecciones en al ámbito del Diseño de Moda.

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 al 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.

Conocer las técnicas de la fotografía digital para su aplicación en el Diseño de Moda.

Conocer y comprender las técnicas de dibujo vectorial por ordenador para su uso en la representación de diseños de moda y sus atributos visuales.

Conocer y aplicar las técnicas básicas de dibujo rápido, boceto, que facilitan su capacidad de expresar sus ideas en el ámbito del Diseño de Moda.

Conocer y aplicar las técnicas de ilustración combinando técnicas manuales y digitales para la creación de figurines e imágenes que permitan transmitir su concepto de colección personal en el ámbito del Diseño de Moda.

Analizar los conceptos relativos a la Historia del Traje y la Historia del Arte, sus valores históricos en toda su envergadura social, así como las principales corrientes estéticas y trabajo en esas líneas, aplicando esos conocimientos al diseño de Moda.

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 y analizar las diferentes áreas de actividad y capacidades profesionales que se pueden desarrollar en la industria de la Moda.

Conocer las diferentes fases para emprender, idear y desarrollar una marca propia.

Conocer las necesidades para la industrialización de un producto de Moda, desarrollar la capacidad para transformar un producto de diseño en un producto industrializable.

Valorar las fases del proceso industrial de la empresa de moda y etiquetar aplicando la nomenclatura, normativa y simbología de la industria de la moda.

Desarrollar capacidades básicas para entender, analizar, interpretar y anticipar las tendencias en el entorno de la moda identificando los referentes de moda en su entorno y generar pensamiento y capacidad de autocrítica en esta materia.

Conocer y aplicar vocabulario y nomenclatura de uso en el sector de la moda, su entorno industrial, empresarial y de la comunicación visual y el marketing en lengua española e inglesa.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá, mediante la defensa de su trabajo fin de grado ante un tribunal, demostrar el conocimiento adquirido en los años académicos, así como la interrelación entre los mismos y la madurez necesaria que le permitirán desarrollar una labor profesional, académica y personal en el ámbito del Diseño de Moda.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Para presentar el proyecto Fin de Grado el estudiante debe haber superado el resto de los créditos del título.

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura consiste en el desarrollo de una colección de moda y su defensa ante un tribunal. Este proceso será tutorizado de manera que el estudiante adquiera los criterios y procedimientos para la realización del trabajo.

2.3. Contenido detallado

El alumno debe realizar un proyecto de investigación y desarrollo de una colección de moda. Podrá realizarlo en alguna de estas modalidades:

1. Proyecto de investigación: Producto profesional (colección de moda)
2. TFG Interdisciplinar – con temas/proyectos planteados entre la FCA y resto de facultades de la Universidad Nebrija. Los alumnos interesados, deben solicitar información al director del título.

En el proyecto de investigación: **Producto profesional**, el alumno tendrá que desarrollar un trabajo práctico de una colección de moda y el desarrollo de una memoria. Tendrán que realizarse propuestas innovadoras, creativas o de emprendimiento de orientación práctica, simulando los roles y dinámicas de trabajo del mercado profesional.

Para estos proyectos los alumnos deberán desarrollar los siguientes apartados:

- Introducción
- Justificación del tema elegido
- Objetivos
- Marco teórico (APA 07)
- Desarrollo proyecto
- Resultados obtenidos
- Conclusiones
- Bibliografía y materiales utilizados

* La extensión de la memoria deberá ser de mínimo 40 páginas.

* El trabajo práctico debe ser el desarrollo de una colección de moda. El alumno deberá presentar todas las fases del proyecto creativo, diseño, producción y presentación final. En este apartado de desarrollo del proyecto no existe un límite de espacio.

El proyecto de colección completo deberá contener un mínimo de 10 figurines.

Se deberán presentar físicamente completamente confeccionadas las siguientes piezas en función de la colección desarrollada:

Colecciones presentadas en formato total look: un mínimo de tres y un máximo seis looks. Total mínimo 6 piezas y máximo 12 piezas individuales. Los looks deberán ser propuestas diferentes de patrón y diseño. Asimismo, se debe presentar las respectivas fichas técnicas y las fotos de los patrones correspondientes a los prototipos confeccionados.

Colecciones monotemáticas: camisas, camisetas, sudaderas, pantalones, vestidos, chaquetas, abrigos, etc.. deberán presentarse un mínimo de 6 piezas, todas diferentes en patrón y diseño.

Todas las propuestas deberán ser inéditas, y no habrán podido ser presentadas, ni confeccionadas igual o similarmente en otros proyectos.

Para la realización del TFG se realizará un **taller obligatorio de Métodos de investigación**.

2.4. Actividades Dirigidas

- **Trabajo personal del alumno:** 260 h. (87%). Todas las competencias de la materia.
- **Tutorías y evaluación:** 40 h. (13%). Todas las competencias de la materia.

Nota: La realización del Proyecto de Fin de Grado se regirá por la normativa vigente al respecto disponible en el portal del alumnado.

2.5. Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
Tutorías	40	100%
Trabajos individuales o en grupo de los estudiantes	20	0%
Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	80	0%
Estudio individual y Trabajo autónomo	160	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. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

3.2. Criterios de evaluación

Cada estudiante debe elaborar una memoria en la que se sinteticen todas las competencias y aprendizajes adquiridos. Asimismo, el estudiante debe exponer y defender dicho trabajo ante un tribunal universitario.

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Evaluación del trabajo fin de grado: exposición y defensa oral ante un tribunal	100%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Evaluación del trabajo fin de grado: exposición y defensa oral ante un tribunal	100%

Nota importante: tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria la evaluación de la asignatura se ponderará de la siguiente forma: la memoria será un 80% de la nota y la defensa oral ante el tribunal un 20% de la nota.

3.3. Restricciones

Asistencia

Obligatoria a la realización del Taller del Proyecto de Fin de Grado con la validación de la estructura del mismo al término de las sesiones fijadas.

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

Los alumnos deben consultar las instrucciones al respecto publicadas en el portal del alumnado, donde se especifican la normativa vigente universitaria y la publicada en el campus virtual en el que se publican las normas específicas para el TFG en el Grado en Diseño de Moda.

5. DATOS DEL EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	Dra. D ^a Juana Rubio Romero
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Filosofía. Acreditada por ANECA
Correo electrónico	jrubio@nebrija.es
Localización	FCA. Despacho profesorado
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora p or email.

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación de la profesora aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Licenciada en Psicología y Doctora en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid. Es especialista en Investigación social, en el área de la comunicación. Con más de 25 años de experiencia investigadora, ha trabajado en distintos institutos de investigación, numerosas agencias de publicidad y para organismos públicos. Ha sido Directora-Coordinadora del curso CIM-AEDEMO (Curso de Investigación en Marketing, organizado por la asociación AEDEMO, Asociación Española De Estudios de Mercado y Opinión) desde 2002 hasta 2007 y profesora conferenciante en el IED (Istituto Europeo de Diseño) de Madrid y en el TEC de Monterrey, Campus Puebla (México).</p> <p>Es Investigadora Principal del grupo INNECOM (Investigación Nebrija Comunicación) de la Facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Antonio de Nebrija. Imparte en la Universidad Antonio de Nebrija las asignaturas de Grado de Métodos de Investigación en Comunicación y de Teoría de la Comunicación, y de Máster de Metodologías de Investigación en Comunicación.</p> <p>Entre sus publicaciones más relacionadas con esta asignatura cabe destacar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rubio-Romero, J. (2004). La identidad sexual de los jóvenes en la publicidad de Bacardí. Revista Trama y Fondo, 16, páginas 65-73. - Perlado Lamo de Espinosa, M. y Rubio-Romero, J. (2004). ¿Qué engancha a los jóvenes de la publicidad televisiva? “Claves” que están funcionando entre el público objetivo joven. Revista El Publicista, 97, páginas 52-53. - Rubio-Romero, J. (2007). “Be water my friend” o las identidades fluidas en las sociedades de consumo avanzado. Revista Investigación y Marketing, 96, páginas 6-10. - - Montesinos Mulleras, E. y Rubio-Romero, J. (2008). Fastest, una técnica cualitativa para detectar los problemas de comprensión de un mensaje publicitario. Revista EAN, 64, páginas 19-30. - Perlado, M. y Rubio-Romero, J. (2013). El marketing online: una oportunidad para las pymes. Revista Investigación y Marketing, 120, páginas 10-18. - Rubio-Romero, J. (2014). Las diosas de Desigual. Ponencia VII Congreso Internacional de Análisis Textual. Universidad Complutense. Madrid. - Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. Revista Icono14, Volumen (13), páginas 73-94. - Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2017). Snapchat o el impacto del contenido efímero. Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación), Nº 107, páginas 82-92 -Rubio-Romero, J., Ramos, M. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2018), Factores de notoriedad en la música que valoran los jóvenes en la publicidad. Revista Disertaciones. -Rubio-Romero, J., Jiménez Pelaez, J.M. y Barón-Dulce, G. (2019) Las redes sociales digitales como espacios de sociabilidad de los adolescentes. El caso del colegio Escolapios de Aluche. Revista Mediterránea de Comunicación (en proceso de edición) -Rubio-Romero y Barón-Dulce, G. (2019) Actitudes de los jóvenes hacia las comunidades virtuales y su vínculo con las marcas. Una aproximación a través de los estudiantes universitarios de comunicación y de marketing de la Universidad Nebrija. Revista AdComunica (en proceso de edición)
--	--

Nombre y Apellidos	Dña. Sonia Lázaro Vaquerizo
Departamento	Arte
Titulación académica	Licenciada en Psicología
Correo electrónico de la Universidad Nebrija	mlazarov@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. 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>Licenciada en Psicología (UAM, 1991). Curso Micromarketing, gestión y control del marketing (ESIC, 1996), CAP (1999). Formador de formadores (1999). Actualmente es Coordinadora del Grado en Diseño de Moda en la Universidad Antonio Nebrija. Ha impartido clases en IED en el curso de estilismo de moda. Anteriormente trabajó en la agencia de RRPP y Comunicación Área Comunicación Global como directora de agencia y cuentas, implementando estrategias de comunicación corporativa, institucional y de marca para empresas del sector moda, tecnología, lifestyle (Calvin Klein, Burberry, Gucci, Grupo Tod's, Gianfranco Ferré, Etro, Ralph Lauren, Room Mate Hoteles, Technogym entre otras). En el campo de la Responsabilidad Social Corporativa y Moda Ecológica, fue directora de comunicación y estrategia de la marca Ecoalf.</p> <p>Comenzó su carrera profesional en el sector de las editoriales de revistas, trabajando para el grupo Ediciones Condé Nast, en la revista Vogue España, como coordinadora en los departamentos de moda, proyectos especiales, publicidad y marketing.</p>