

---

Planificación de la Docencia Universitaria  
**Grado en Diseño de Moda**

---

Guía Docente

Curso Académico 2020/2021

# Marketing de Moda

---

---

## Datos de Identificación de la asignatura

### Título

Grado en Diseño de Moda

### Módulo

Módulo de Ciencias Sociales

### Denominación de la Asignatura

Marketing de Moda

### Código

38023

### Curso

Tercero

### Semestre

Primero

Tipo de asignatura (básica,  
obligatoria u optativa)

Obligatoria

### Créditos ECTS

3

### Modalidad/es de enseñanza

Presencial

### Profesor

Dra. Mónica Tovar

### Lengua vehicular

Español

---

## Profesorado de la Asignatura

### Profesor

Dra. Mónica Tovar

### Datos de Contacto

[monica.tovar@esne.es](mailto:monica.tovar@esne.es)

### Tutorías Académicas

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno

---

## Requisitos Previos

### Esenciales

Los propios del título.

### Aconsejables

Conocimientos del mercado actual del mundo de la moda

---

## Sentido y Aportaciones de la asignatura al Plan de Estudios

### Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura

Esta asignatura pertenece al módulo de Ciencias Sociales.

### Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum

En esta asignatura se trabaja en paralelo con el resto de las asignaturas que se cursan en el tercer curso. Se trabaja en conjunto con la asignatura de diseño III y fotografía para la aplicación de herramientas y conocimientos que favorecen la elaboración del proyecto de diseño III y proyectos reales de diferente índole.

### Aportaciones del plan de estudios e interés profesional de la asignatura

Instrumento imprescindible para cualquier empresa, el marketing se hace especialmente necesario en moda, un sector basado en la constante renovación de la demanda, que necesita de un marketing específico.

---

## Resultados de aprendizaje en relación con las competencias que desarrolla la materia

### Competencias genéricas

**CG0** - Hablar bien en público

**CB1** - 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.

**CB2** - 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.

**CB3** - 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.

**CB4** - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

**CB5** - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

## Competencias específicas

**CE7** - Podrá desarrollar conceptos aplicados al diseño con un soporte artístico y cultural al que sumará su creatividad.

**CE8** - Adquirirá los conocimientos esenciales del funcionamiento de la empresa de Moda fundamentales para su desarrollo como creativo de Moda, y su futura incorporación al mercado laboral.

---

## Resultados de aprendizaje relacionados con la asignatura

### Al finalizar la asignatura

- Reconocer diferentes enfoques acerca del ejercicio del desarrollo de la comercialización de un producto o servicio.
- Relacionar una información variada para formar una opinión propia sobre el fenómeno de la denominada ¿globalización? y sus efectos en los diferentes países?
- Analizar la dinámica de la conducta de las personas, que serán en última instancia, los destinatarios de la producción del diseñador.

---

## Contenidos / Temario / Unidades Didácticas

### Breve descripción de los contenidos

- El desarrollo de las empresas a lo largo del Siglo XX. Los cambios tecnológicos, espaciales, temporales y humanos. Contexto actual: la empresa orientada al mercado. El nuevo mundo de las marcas.
- Marketing, publicidad e investigación de mercado. El boom de las marcas. El fin de las marcas. La nueva pirámide social.

- La comercialización y el planeamiento. Estrategias básicas.
- Mercado. Factores que determinan el potencial y la estructura de un mercado determinado.
- Producto. Características y clasificación. Concepción y desarrollo. Imagen de marca y posicionamiento. Ciclo de vida de los productos.
- Distribución. Logística. Tipos y política de canales de distribución y su elección en función del tipo de producto.
- Precio, coste y rentabilidad. Precio y condiciones de venta: descuentos y bonificaciones
- El consumidor. Modelos de comportamiento. Características culturales, sociales, personales y psicológicas. Segmentación de mercado: los segmentos y el consumidor.
- Comunicaciones en marketing: la publicidad. El bombardeo de las marcas.

### Temario desarrollado

Conocimiento de los conceptos de: Productos, Mercados y Medios de Publicidad y la interrelación que existe entre ellos en su actividad social.

- Mercado y Entorno.
- Modelo de Generación de Negocio: *Business Model Canvas*.
- Estrategia de Marketing.
- Segmentación de Mercados y Posicionamiento.
- Marketing *Mix*: Producto, Precio, Distribución y Comunicación.
- La marca y su gestión: el *Branding*.
- Concepto de Producto.
- Etapas en la vida de un producto.
- Estructura de la cartera de productos.
- Procesos de desarrollo de nuevos productos.
- Política de precios.
- Distribución de Productos.

- La Publicidad. El mensaje publicitario. Los medios publicitarios. La Estrategia Publicitaria Comunicación 2.0.

**Tema 0.** Introducción a la asignatura y al marketing.

**Tema 1.** Introducción al marketing de moda

**Tema 2:** La investigación de mercados

**Tema 3:** La segmentación del mercado

**Tema 4:** Análisis de la competencia

**Tema 5:** El consumidor de moda

**Tema 6.** Diseño del plan de negocio y marketing

**Tema 7:** Política de producto y de marca en moda

**Tema 8:** El precio en los productos de moda

**Tema 9:** Política de distribución de la moda

**Tema 10:** Políticas de comunicación y promoción en la moda

## **MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN**

Tema 1. Introducción al marketing de moda.

## **MÓDULO 2: MARKETING ESTRATÉGICO**

Tema 2: La investigación de mercados.

Tema 3: La segmentación del mercado.

Tema 4: Análisis de la competencia.

Tema 5: El consumidor de moda.

## **MÓDULO 3. LA GENERACIÓN DE NEGOCIOS DE MODA**

Tema 6. Diseño del plan de negocio y marketing.

## **MÓDULO 4. MARKETING OPERATIVO**

Tema 7: Política de producto y de marca en moda.

Tema 8: El precio en los productos de moda.

Tema 9: Política de distribución de la moda.

Tema 10: Políticas de comunicación y promoción en la moda.

## Cronograma

Unidades Didácticas / Temas	Periodo Temporal
<b>Tema 0.</b> Introducción a la asignatura y al marketing	Septiembre
<b>Tema 1.</b> Introducción al marketing de moda	Septiembre/Octubre
<b>Tema 2:</b> La investigación de mercados	Octubre
<b>Tema 3:</b> La segmentación del mercado	Octubre
<b>Tema 4:</b> Análisis de la competencia	Octubre
<b>Tema 5:</b> El consumidor de moda	Noviembre
<b>Entrega nº 1 y Presentaciones en clase</b>	Noviembre
<b>Tema 6.</b> Diseño del plan de negocio y marketing	Noviembre
<b>Tema 7:</b> Política de producto y de marca en moda	Noviembre
<b>Tema 8:</b> El precio en los productos de moda	Noviembre/Diciembre
<b>Tema 9:</b> Política de distribución de la moda	Diciembre

<b>Tema 10: Políticas de comunicación y promoción en la moda</b>	Diciembre
<b>Entrega nº 2 y Presentaciones en clase</b>	Enero
<b>Repaso de las unidades didácticas y temas</b>	Enero

## Modalidades Organizativas y Métodos de Enseñanza

El desarrollo del programa y la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos requieren de un trabajo continuado del alumno a lo largo de todo el año, alrededor de las siguientes actividades:

- Asistencia a clases.
- Consulta, estudio del material bibliográfico.
- Realización de trabajos prácticos que a lo largo del curso se propongan. Presentaciones públicas de los trabajos.
- Discusiones y debates sobre temas afines con la materia.

Modalidad organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas		
			Presencial	Trabajo autónomo	Total
<b>Clases teóricas.</b> Actividad formativa en el aula que, utilizando la metodología expositiva, prioriza la acción docente del profesor.	<b>Método expositivo.</b> Exposición de los temas. Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía.  Repasos al inicio de la clase.  Resolución de	CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8	40	-	40

	dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.				
<b>Clases prácticas</b>	<p><b>Discusión de casos reales.</b> Resolución de ejercicios. Debates sobre los temas y especialmente sobre ejercicios y lecturas.</p> <p>Presentaciones. Pruebas de evaluación.</p>	CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8	20	20	40
<p><b>Tutoría.</b> Actividad formativa fuera del aula que fomenta el aprendizaje autónomo, con el apoyo de la acción de guía y seguimiento por medio de un tutor.</p>	<p><b>Aprendizaje cooperativo.</b> Preparación de clase mediante lectura de los temas.</p> <p>Planificación de debates y comentarios mediante la preparación de las lecturas. Resolución de ejercicios.</p> <p>Comentarios y resolución de dudas presencialmente o por correo electrónico.</p>	CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8	10	-	10
<p><b>Trabajo autónomo.</b> Actividad formativa fuera del aula que, sin una guía directa del profesor o tutor, fomenta el aprendizaje autónomo del alumno.</p>	<p>Lecturas: preparación y búsqueda de información complementaria. Estudio personal. Preparación de comentarios y debates. Tutorías libres y voluntarias.</p>	CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8	-	60	60

## Sistema de Evaluación

Actividades de Evaluación	Criterios de Evaluación	Valoración respecto a la Calificación Final
Trabajos de curso y prácticas colectivos y/o individuales	Resolución de ejercicios en tiempo y forma con posibilidad de exposición oral	50%
Examen o prueba final	Prueba objetiva final y valoración de la implicación con el aprendizaje en la asignatura	40%
Asistencia participativa	Grado de participación en el desarrollo de las clases	10%

### Consideraciones generales acerca de la evaluación

La nota de la asignatura constará de tres partes cuya valoración quedará determinada previamente:

- Un porcentaje corresponderá a la resolución de prácticas o pruebas intermedias.
- Un porcentaje se destinará a una prueba final objetiva.
- Se reservará un porcentaje para valorar la actitud participativa en clase.

### Asistencia a Clase

- La asistencia a clase es obligatoria.
- Se requerirá una asistencia del al menos el 80% del total de clases de la

asignatura para poder presentarse en convocatoria ordinaria.

- Si no se alcanza este porcentaje de asistencia se deberá acudir a convocatoria extraordinaria.
- La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental. Los estudiantes serán los responsables de presentar la justificación en las semanas previas al examen.
- Se exigirá puntualidad en el comienzo de las clases. Se concederán 10 minutos de cortesía, transcurrido este tiempo, el docente optará por permitir o no el acceso al aula siempre manteniendo la falta de asistencia.

### Normas generales dentro del aula

- Los dispositivos móviles deben permanecer en silencio, no se permite su uso dentro del aula salvo que el docente lo autorice para alguna actividad que así lo requiera.
- Queda terminantemente prohibido comer y/o beber dentro del aula.

### Entregas de Trabajos y prácticas.

- Los contenidos de las prácticas serán acordes a los temarios y trabajos realizados en clase.
- Se realizarán dos prácticas por semestre, de manera que las asignaturas semestrales tendrán dos prácticas evaluables y las anuales 4, repartidas de manera equilibrada en los dos semestres.
- En la asignatura de Confección y Patronaje se realizarán 4 prácticas por semestre, dos en la parte de Confección y dos en la parte de Patronaje que sumarán un total de 8 prácticas anuales.
- El docente podrá plantear otro tipo de ejercicios o entregas evaluables, que permitan valorar la asimilación y puesta en práctica de alguna de las técnicas o conocimientos impartidos durante el curso. Estos ejercicios también son de obligada realización y entrega en tiempo y forma.
- Las prácticas y ejercicios son obligatorios y se entregarán en las fechas previstas. No se admitirán entregas fuera del plazo fijado por el docente salvo en casos excepcionales de fuerza mayor que impidan el cumplimiento de las fechas.

Para ello el alumno deberá justificar ante el profesor el motivo de la no entrega de la práctica. (justificante médico...).

- Todas las prácticas y ejercicios deberán ser entregados a través del Campus Virtual. No se admitirán ni evaluarán entregas por otro medio salvo incidencia notificada por el Departamento de informática. El estudiante es responsable de prever cualquier circunstancia que impida el cumplimiento del plazo solicitado como peso y formato de archivos, tráfico de datos, etc.
- El docente cuenta con un máximo de tres semanas en días lectivos para la devolución de correcciones/*feedbacks*. Las correcciones se harán atendiendo a los criterios de evaluación descritos en la práctica.
- Las prácticas que por su naturaleza no puedan ser entregadas vía campus, y requieran una entrega física, serán recogidas por el docente que una vez corregidas e identificadas avisará a la persona de coordinación encargada de su archivo para se trasladen a las zonas habilitadas para este fin.
- Tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria los estudiantes deben presentar todas las entregas que se les soliciten. Estas entregas pueden incluir tanto ejercicios a realizar en clase como prácticas puntuables.
- La no entrega de un trabajo supondrá el suspenso de la asignatura.
- Para que las prácticas y ejercicios puedan hacer media entre sí, deben estar entregadas en su totalidad y estar calificadas con un mínimo de 4. No se hará media si alguna de las prácticas tiene una calificación inferior a 4.
- Para poder presentarse a la convocatoria ordinaria o extraordinaria todas las prácticas deben estar entregadas y la media aritmética de las mismas tiene que ser igual o superior a 5.
- La nota de las prácticas hará media con el examen y con la actitud participativa respetando siempre los porcentajes descritos en esta guía.
- Para poder hacer media, cada una de las partes (prácticas, examen y actitud participativa) deben tener una nota media igual o superior a 5.
- El docente podrá decidir repetir la primera práctica a los estudiantes que no hayan alcanzado la calificación de 5, siendo la calificación máxima de la repetición un 7.
- En los trabajos en grupo, la calificación será individual por cada alumno, atendiendo a criterios de evaluación de la práctica. Por tanto, miembros de un

mismo grupo pueden tener calificaciones diferentes.

### Evaluación en convocatoria Ordinaria

- La evaluación ordinaria se hará de la asignatura completa.
- En la evaluación ordinaria, los estudiantes deberán realizar un examen o prueba objetiva
- Para poder concurrir a la convocatoria ordinaria, los estudiantes deberán tener entregadas todas las prácticas solicitadas durante el curso y estas tienen que estar calificadas con una media igual o superior a 5.

En caso de no haber presentado alguna de las prácticas constará en la calificación No Presentado (NP).

- Para optar a realizar el examen los estudiantes deben tener cubierto el 80% de asistencia.
- Para superar la asignatura es necesario aprobar todas las partes: Examen, Prácticas y actitud participativa. En caso contrario, la media matemática no será tomada en cuenta y el alumno deberá ir a convocatoria extraordinaria.
- En asignaturas anuales, al final del semestre el profesor podrá convocar una presentación o examen liberatorio incluido en el calendario de exámenes.

### Evaluación en convocatoria extraordinaria

- La evaluación extraordinaria se hará de la asignatura completa.
- En la evaluación extraordinaria, los estudiantes deberán realizar un examen o prueba objetiva.
- En la evaluación extraordinaria, los estudiantes deberán volver a presentar todas las prácticas solicitadas durante el curso. Las prácticas suspensas deberán haber sido debidamente corregidas y aprobadas para poder así hacer media entre ellas.
- El docente podrá, si lo considera oportuno, solicitar a los estudiantes en convocatoria extraordinaria un trabajo extra.
- Para superar la asignatura es necesario aprobar todas las partes: Examen, Prácticas, ejercicios y actitud participativa. En caso contrario, la media matemática no será tomada en cuenta y el alumno deberá matricularse de nuevo de la asignatura.

---

## Bibliografía / Videografía / Webgrafía

### Bibliografía básica

- Díaz Soloaga, P. (2014) *Comunicación y gestión de marcas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Fashionary (2018) *The Fashion Business Manual: An Illustrated Guide to Building a Fashion Brand*. China: The fashionary International Ltd.
- Martínez Caballeros, E., Vázquez Casco, A.I. (2011) *Marketing de la moda*. Madrid: ESIC editorial.
- Martínez Navarro, G. (2017) *Marketing y comunicación de moda*. Madrid: ESIC editorial.

### Bibliografía complementaria

- Blanco González, A. (2016) *Introducción al marketing y la comunicación en la empresa* (2ª ed.) (Libros Profesionales) Madrid: Esic Editorial
- Cervera Fantoni, A. L. (2015) *Comunicación total*. Madrid: Esic Editorial
- Kotler, P. y Amstrong G. (2008) *Fundamentos de Marketing*. 8ª ed. México DF, México. Pearson Educación
- Kotler, P. y Keller, K.L. (2006) *Dirección de Marketing* (12ª edición). México DF, México, Prentice Hall
- Rivera Camino, J. y de Garcillán, M. (2007) *Dirección de Marketing*. Madrid: ESIC editorial

### Videografía obligatoria

- Netflix (2018) *7 días antes. Desfile de alta costura de Chanel* → También disponible en YouTube en el enlace: [https://youtu.be/GDOHR\\_XsTal](https://youtu.be/GDOHR_XsTal)

- Christian Dior (2020) “*Christian Dior, designer of dreams*” at the Musée des Arts Décoratifs. Disponible en YouTube en el enlace: <https://youtu.be/FLWDWzMrkBE>

### Webgrafía complementaria

- Victoria and Albert Museum (2019). *Christian Dior: Designer of dreams*. Recuperado de: <https://www.vam.ac.uk/exhibitions/dior-designer-of-dreams>
- Musée des Arts Décoratifs (2017) *Christian Dior, couturier du rêve*. Recuperado de: <https://madparis.fr/en/about-us/exhibitions/recent-exhibitions/christian-dior-couturier-du-reve>

---

## Observaciones

- El plagio en los trabajos o exámenes será calificado con nota “0”, y la pérdida de esa convocatoria, para el estudiante o estudiantes responsables.
- En el caso de ser entregado un trabajo que no corresponde al alumno de forma total o parcial tendrá como consecuencia falta muy grave.
- El alumno deberá respetar en todo momento la propiedad intelectual de otros autores no haciendo uso del trabajo de otros sin aclarar este punto y sin citar las fuentes originales.
- Para la ejecución de los exámenes el alumno no podrá hacer uso de material no autorizado. Esto será motivo de calificación “0” y pérdida de esa convocatoria.
- ESNE fija para sus titulaciones un sistema de calificaciones que se corresponde con lo regulado por los artículos 5.4 y 6 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional). En dichos artículos, que la universidad aplica, se regula lo siguiente: “Los resultados obtenidos por el estudiante en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa... La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,5. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados

en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Escala numérica	Calificación cualitativa
De 0,0 a 4,99	Suspenso (SS)
De 5 a 6,99	Aprobado (AP)
De 7 a 8,99	Notable (NT)
De 9 a 10	Sobresaliente (SB)

- Las calificaciones de los estudiantes son fruto de un sistema de evaluación continua, que permite valorar de forma constante su trabajo, actitud, participación y asimilación del conocimiento. La asistencia y la participación del estudiante en las sesiones docentes, por lo tanto, son esenciales para el desarrollo del sistema, y, como tal, evaluables y calificables.
- Las fechas de las prácticas y de los exámenes son inamovibles. Las fechas oficiales de exámenes de convocatoria ordinaria y extraordinaria se encuentran disponibles en el calendario académico desde el primer día de clase.
- Los alumnos matriculados dispondrán de cuatro convocatorias para aprobar la asignatura más otras dos extraordinarias.
- Cuando en el acta de la asignatura el alumno sea calificado como “No Presentado” (NP), se consumirá convocatoria
- Los diferentes estudios de ESNE tienen un itinerario curricular específico lo que implica que algunas asignaturas son llave y han de ser cursadas en un orden determinado. Ver en Normativa Académica.
- Los alumnos que repiten asignatura deberán cumplir los requisitos de asistencia y realizar de nuevo todas las prácticas de la asignatura y examen.