
Planificación de la Docencia Universitaria
Grado en Diseño de Moda

Guía Docente
Curso Académico 2021/2022

Marketing de Moda

Datos de Identificación de la asignatura

Título

Grado en Diseño de Moda

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Módulo

Módulo de Ciencias Sociales

Créditos ECTS

3

Denominación de la Asignatura

Marketing de Moda

Modalidad/es de enseñanza

Presencial

Código

38023

Profesor

Dr.Albert García Arnau

Curso

Tercero

Lengua vehicular

Español

Semestre

Primero

Profesorado de la Asignatura

Profesor

Dr. Albert García Arnau

Datos de Contacto

albert.garcia@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

TEMA 1 - Introducción al marketing

- Conceptos básicos de la economía y la sociología económica
- La segmentación de mercados: variables de segmentación
- La marca y el posicionamiento
- Fundamentos del marketing
- El marketing Mix: Producto, precio, plaza y promoción
- Distribución: logística y canales

TEMA 2 - Marketing e investigación de mercados:

- Cómo hacer una investigación de mercados
- Tipos de estudios de mercado
- Técnicas cualitativas de investigación de mercados
- Técnicas cuantitativas de investigación de mercados
- Análisis de los datos del mercado

TEMA 3 - El mercado de la moda en la globalización

- La globalización como fenómeno económico y cultural
- Sectores del mercado de la moda
- El mercado mundial de la moda
- La comunicación en la era digital: publicidad, redes sociales y posicionamiento global
- Los niveles del mercado de la moda
- La venta online como nueva lógica de distribución

TEMA 4 - Sociología de la moda aplicada al marketing

- Lógicas de comportamiento social aplicadas a la moda
- La “distinción” como mecanismo clave del fenómeno social de la moda
- La individualización y la identidad colectiva
- La cultura y los ciclos de relevancia social

Cronograma

Unidades Didácticas / Temas	Periodo Temporal
TEMA 1 - Introducción al marketing	Septiembre
TEMA 2 - Marketing e investigación de mercados:	Octubre
TEMA 3 - El mercado de la moda en la globalización	Noviembre/Diciembre

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
Clases teóricas. Actividad formativa en el aula que, utilizando la metodología expositiva, prioriza la acción	Método expositivo. 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

docente del profesor.					
	dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.				
Clases prácticas	Discusión de casos reales. Resolución de ejercicios. Debates sobre los temas y especialmente sobre ejercicios y lecturas. Presentaciones. Pruebas de evaluación.	CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8	20	20	40

<p>Tutoría. 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>Aprendizaje cooperativo. Preparación de clase mediante lectura de los temas. Planificación de debates y comentarios mediante la preparación de las lecturas. Resolución de ejercicios. Comentarios y resolución de dudas presencialmente o por correo electrónico.</p>	<p>CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8</p>	<p>10</p>	<p>-</p>	<p>10</p>
<p>Trabajo autónomo. 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>	<p>CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8</p>	<p>-</p>	<p>60</p>	<p>60</p>

Sistema de Evaluación

Id	Criterios de Evaluación	Valoración respecto a la Calificación Final
S1P	Examen final	65%
S2P	Resolución de trabajos o casos prácticos.	25%
S7P	Asistencia y participación en clase	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 falda 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.
- Si el docente considera una distribución y/o número de prácticas diferentes al previsto, debe comunicarlo a la Coordinación del Grado para su autorización.
- En función de la naturaleza de la asignatura el docente decidirá el número de prácticas que mejor se adapta a los resultados de aprendizaje y lo comunicará a los estudiantes el primer día de clase.
- 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 entregaran 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 cada una de las prácticas.
- Las prácticas que por su naturaleza no puedan ser entregadas vía campus, y requieran una entrega física, serán recogidas por el docente para su corrección, y una vez corregidas e identificadas se 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 de primer curso 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.
- Para poder optar a Matrícula de Honor se deberá tener una calificación de 9 o superior. Es potestad del docente otorgarla.

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. Este examen será liberatorio de la parte a evaluar y hará media con la nota correspondiente al siguiente semestre (segundo semestre) siempre y cuando la calificación obtenida sea igual o superior a 4. De otro modo la/el alumna/o deberá presentarse en convocatoria ordinaria con la totalidad de la parte teórica: primer y segundo semestre.

Evaluación en convocatoria Extraordinaria

- La evaluación extraordinaria se hará de la asignatura completa; de todo el temario teórico estudiado durante el curso, así como de las prácticas con calificaciones inferiores a 5.
- 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.
 - Posner, H. (2011) *Marketing de Moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
 - Bourdieu, P. (2006). *La Distinción. Criterios Y Bases Sociales Del Gusto*. Madrid: Santillana.
 - Kotler, P. (2011) *Marketing Insights from A to Z. 80 Concerns Every Manager Needs to Know*. New Jersey: Wiley.

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
 - Cea D'Ancona, M. A. (1998). *Metodología Cuantitativa. Estrategias Y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Síntesis.
 - Gordo, A. y Serrano, A., (2008). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Madrid: Pearson.
 - Kotler, P. y Amstrong G. (2008) *Fundamentos de Marketing*. México DF: Pearson Educación
 - Kotler, P. y Keller, K.L. (2006) *Dirección de Marketing*. México DF: Prentice Hall.
 - Vallés, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Ed. Alianza.
-

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
- 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-diorcouturier-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. 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.