



Centro adscrito



**GRADO EN DISEÑO DE MODA**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA  
UNIVERSITARIA**

**GUÍA DOCENTE**

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**CURSO ACADÉMICO 2018 – 2019**

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Título:</b>	Grado en Diseño de Moda
<b>Módulo:</b>	Módulo Proyecto-Taller
<b>Denominación de la asignatura:</b>	Trabajo Fin de Grado
<b>Código:</b>	38032
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	Anual
<b>Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):</b>	Obligatoria
<b>Créditos ECTS:</b>	18
<b>Modalidad/es de enseñanza:</b>	Presencial
<b>Profesor:</b>	Carmen Martínez Trillo-Figueroa María Tamames Sobrino José Jaime Álvarez Plaza David Huertas Fernández Amabel García Domínguez
<b>Lengua vehicular:</b>	Español
<b>Página web:</b>	<a href="http://www.esne.es">www.esne.es</a>

## 2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

### Profesor:

Carmen Martínez Trillo-Figueroa  
María Tamames Sobrino  
José Jaime Álvarez Plaza  
David Huertas Fernández  
Amabel García Domínguez

### Datos de contacto:

[Carmen.trillo@esne.es](mailto:Carmen.trillo@esne.es)  
[María.tamames@esne.es](mailto:María.tamames@esne.es)  
[Jjaime.alvarez@esne.es](mailto:Jjaime.alvarez@esne.es)  
[David.huertas@esne.es](mailto:David.huertas@esne.es)  
[Amabel.garcia@esne.es](mailto:Amabel.garcia@esne.es)

TUTORÍAS ACADÉMICAS: MIÉRCOLES DE 20:30 A 21:00

## 3. REQUISITOS PREVIOS

### Esenciales:

Espíritu emprendedor, Conocimientos de la industria de la moda y el diseño. Conocimientos de ofimática (Power Point y Excel).

### Aconsejables:

Ganas de conocer el entorno empresarial y emprender nuevas ideas.

## 4. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS

### Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura.

Esta asignatura pertenece al módulo de Proyecto-Taller.

### Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

Se trata de una asignatura que intenta maximizar, asentar y aplicar los conocimientos adquiridos hasta la fecha por los alumnos de cuarto curso.

En el apartado siguiente se desarrollan las aportaciones al plan de estudios; y las razones que justifican su inclusión.

### Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

La asignatura Trabajo de Fin de Grado trata de aplicar los conocimientos adquiridos durante los cuatro cursos, a la primera aproximación real de lo que será el futuro profesional de los alumnos y su concienciación sobre cómo funciona el sector de la moda en España y el extranjero.

El objetivo al final del curso es poder enfrentarse de una manera sólida y consistente al mercado de trabajo.

## 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

### COMPETENCIAS GENÉRICAS

**CG8-** Al final del último curso el alumno habrá desarrollado un aprendizaje específico de los procesos básicos del diseño.

**CG9-** Habrá adquirido conocimientos administrativos importantes para su posterior incorporación al mundo laboral.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

**CE8-** El alumno al terminar el cuarto curso tendrá la preparación suficiente para poder cumplir sus objetivos como diseñador de Moda y lanzarse al mercado laboral.

**CE9-** Sabrá proyectar un diseño, creando una colección de moda apoyada en análisis sociológicos y estudios de tendencias.

**CE10-** Tendrá conocimiento para diseñar sus tejidos.

**CE11-** Tendrá una gran habilidad en el manejo del patronaje, tanto en mesa como sobre ordenador.

**CE12-** Podrá confeccionar sus prendas.

**CE13-** Sabrá utilizar el marketing aplicado al diseño, para conseguir objetivos.

**CE14-** Será capaz de organizar una pasarela de moda.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LA ASIGNATURA

- Aplicar intenciones y objetivos al diseño.
- Dar respuestas a cualquier proyecto de diseño que se plantee, dando contenidos técnicos, científicos a lo artístico.

## 6. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

### Breve descripción de los contenidos

- Introducción a proyectos.
- Intenciones y objetivos: Investigación y su aplicación. Analizar y resolver los problemas de diseño y comunicación. Capacidad de síntesis. Comprensión de la industria y de las metodologías.
- Ocasión y estación.
- Musa o cliente.
- Mercado Objetivo.

- Elección de material.
- Tareas prácticas.

### Temario detallado

#### **A) CARMEN TRILLO Y MARIA TAMAMES**

**TEMA 1** – RESUMEN EJECUTIVO. ABSTRACT

**TEMA 2** – MOTIVACIÓN DEL PROYECTO.

**TEMA 3** – CARTA DE MOTIVACIÓN, CV Y PORTFOLIO.

**TEMA 4** – ANÁLISIS ESTRATÉGICO. TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA DE LA MODA.

**TEMA 5** – EL MARCO LEGAL. RSC. PATENTES Y MARCAS.

**TEMA 6** – LOS DIFERENTES AGENTES DE LA CADENA.

**TEMA 7** – IDEA Y MODELO DE NEGOCIO.

**TEMA 8** – ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. ORGANIGRAMA.

**TEMA 9** – LOS CALENDARIOS DE LA MODA. CRONOGRAMA.

**TEMA 10** – ANÁLISIS DEL PROYECTO. MACROENTORNO Y MICROENTORNO.

**TEMA 11, 12,13** – ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.

**TEMA 14** – INVESTIGACIÓN Y BÚSQUEDA DE INSPIRACIÓN.

**TEMA 15** – DE LA IDEA AL CONCEPTO: DECIDIR Y MARCAR OBJETIVOS.

**TEMA 16, 17** – EL PLAN DE COLECCIÓN.

**TEMA 18** – ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.

**TEMA 19** – CANALES Y PUNTOS DE VENTA. HERRAMIENTAS DE VENTA. LAS FERIAS.

**TEMA 20** – MERCHANDISING Y GESTION.

**TEMA 21** – EL PLAN DE COMUNICACIÓN.

**TEMA 22** – FUTURO DE LA MODA. NUEVOS HORIZONTES.

**TEMA 23** – REDACCIÓN DE CONCLUSIONES.

**TEMA 24** – BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA. NORMATIVA APA.

**TEMA 25** – REPASO Y ENTREGA PROYECTO FINAL.

#### **B) JOSÉ JAIME ÁLVAREZ PLAZA**

LA INDUSTRIA DE LA MODA - VISIÓN APLICADA GLOBAL

**TEMA 26.** EMPRESA Y EMPRESARIO,

**TEMA 27.** PLAN DE MERCADO Y ESTRATEGIA.

**TEMA 28.** PLAN OPERATIVO. COSTES E INGRESOS.

**TEMA 29.** PLAN FINANCIERO

**TEMA 30.** GESTIÓN Y REPASO GENERAL

#### **C) DAVID HUERTAS**

**TEMA 31.** INTERVENCIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN MODA

**TEMA 32.** IDENTIDAD VISUAL EN DISEÑO DE MODA

**TEMA 33.** TIPOGRAFÍA APLICADA

**TEMA 34.** FUNDAMENTOS BÁSICOS DEL DISEÑO EDITORIAL

**TEMA 35.** ADOBE INDESIGN

**TEMA 36.** PRODUCCIÓN E IMPRESIÓN

**TEMA 37.** ESTUDIO DEL CASO. ORIENTACION TFG

**D) AMABEL GARCÍA**

**TEMA 38. I+D EN EL DISEÑO DE MODA. IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS**

**7. CRONOGRAMA**

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
TEMAS 1-25	Septiembre-Enero
TEMAS 31-32 Y TEMA 38	Diciembre
TEMA 32-33 Y TEMA 38	Enero
TEMA 33 Y TEMA 38	Febrero
TEMA 26, TEMA 34 Y TEMA 38	Marzo
TEMAS 27-28, TEMAS 35 -36 Y TEMA 38	Abril
TEMA 29-30,TEMA 37 Y TEMA 38	Mayo

**8. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA**

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENC.	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clases teóricas	Exposición de los temas. Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía. Repasos al inicio de la clase. Resolución de dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.	CG8, CG9 CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE14	50	-	50
Clases prácticas	Resolución de ejercicios. Debates sobre los temas y especialmente sobre ejercicios y lecturas. Presentaciones. Pruebas de evaluación.	CG8, CG9 CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE14	50	70	120
Tutorías	Preparación de clase mediante lectura de los	CG8, CG9 CE8, CE9, CE10, CE11,	80	-	80

	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.	CE12, CE13, CE14			
Trabajo personal del alumno	Lecturas: preparación y búsqueda de información complementaria. Estudio personal. Preparación de comentarios y debates. Tutorías libres y voluntarias.	CG8, CG9 CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE14	-	200	200

## 9. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Exámenes/Pruebas objetivas	Prácticas (Claridad, consistencia analítica, selección de contenidos y capacidad de comunicación)	70%
Trabajo activo en clase	Trabajos en clase y análisis de noticias económicas.	20%
Actitud	El nivel de proactividad será medido en función de criterios como; la atención, la puntualidad y la proactividad (está evaluación se producirá de forma individual y no equitativa para los integrantes de cada grupo).	10%

### CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

### Asistencia a Clase

- La asistencia a clase es obligatoria. Sin una asistencia demostrada de al menos un 80%, el alumno no podrá presentarse a examen ordinario debiendo acudir a la convocatoria extraordinaria. El porcentaje se calcula partiendo del número total de clases lectivas de la asignatura.
- La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental, debiendo ser aprobadas por la Dirección Académica de ESNE.
- Se exigirá puntualidad al alumno en el comienzo de las clases. Una vez transcurridos 10 minutos de cortesía, el profesor podrá denegar la entrada en el aula. Superado este tiempo, el profesor podrá dejar acceder el alumno al aula pero deberá contar como falta.
- Los dispositivos móviles deberán permanecer apagados/en silencio durante las clases.

### Prácticas

- Los contenidos de dichas prácticas serán los acordes a los temarios y trabajos realizados en clase.
- Se realizarán dos prácticas por semestre. Es decir que una asignatura semestral contará en total con 2 prácticas evaluables y una asignatura anual con 4 ( 2 por semestre ). Salvo en las asignaturas de Confección y Patronaje donde se entregarán 4 prácticas por semestre ( 2 de confección y 2 de patronaje) , es de 8 en total.
- Las prácticas son obligatorias y se realizarán en los días destinados a entregas de prácticas propuestas por el profesor de dicha asignatura. Siendo dichos periodos de entregas inamovibles y no se admitirán entregas posteriores.
- Todas las prácticas deberán ser entregadas a través del Campus Virtual. En caso contrario, no serán tomadas en cuenta ni serán evaluadas.
- Para que las prácticas puedan hacer media entre sí, todas y cada una de ellas deberán ser entregadas y con un mínimo de 4. En caso contrario, la media matemática no será tomada en cuenta. La media superada de prácticas hará a su vez media con la nota de examen y la de actitud participativa, respetando los porcentajes descritos en esta guía siempre y cuando la nota media en cada una de las partes sea igual o superior a 5.
- 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.
- Los trabajos, una vez calificados, deberán ser retirados por los alumnos en el tiempo que se determine.

## 10. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

### Bibliografía básica



- Renfrew, C., Renfrew E., (2010), *Creación de una colección de moda*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Testa, S., (2013), *La gestión de las empresas de moda*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Atkinson, L., y Atkinson, M., (2012). *Como crear una colección final de moda*, Barcelona, España: Ed. Blume.
- Worsley H., (2013) *100 Ideas que cambiaron la Moda*, Madrid, España: Editorial Blume.
- Jenkyn Jones, S., (2014) *Diseño de Moda*, Barcelona, España: Editorial Blume.
- Manzanera, A., (2013), *Finanzas para emprendedores*, Bilbao, España: Deusto Ed.
- Suárez Sánchez-Ocaña, A., (2012), *Ha llegado la hora de montar tu empresa*, Bilbao, España: Deusto Ed.

### Bibliografía complementaria

- Russell, A., (2013), *Principios básicos del diseño textil*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Munari, B., (2008) *Diseño y Comunicación Visual*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Posner, H., (2011), *Marketing de la moda*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Erner, G., (2013), *Sociología de las tendencias*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Monneyron, F., (2006), *50 respuestas sobre la moda*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Lannelongue, M.-P., (2008), *Los secretos de la moda al descubierto*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Tungate, M., (2012), *Fashion brands*, Londres, España: Kogan Page Ltd.
- Moore, G., (2013), *Promoción de moda*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- McAssey, J., y Buckley, C., (2011), *Estilismo de moda*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Seivewright, S., (2013), *Diseño e investigación*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Grose, V., (2012), *Merchandising de moda*, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Scully, K. y Johnston Cobb D. (2012). *Predicción de tendencias*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Bailey, S. y Baker, J., (2014). *Moda y Visual Merchandising*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

## 11.- OBSERVACIONES

- Los alumnos matriculados dispondrán de 4 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.