

ESNE

Centro adscrito a
**Universidad
Camilo José Cela**

Planificación de la Docencia Universitaria
Grado en Diseño de Moda

Guía Docente

Curso Académico 2021/2022

Comunicación Y Crítica

Datos de Identificación de la asignatura

Título

Grado en Diseño de Moda

Módulo

Módulo de Ciencias Sociales

Denominación de la Asignatura

Comunicación y Crítica

Código

38026

Curso

Cuarto

Semestre

Segundo

Tipo de asignatura (básica,
obligatoria u optativa)

Obligatoria

Créditos ECTS

6

Modalidad/es de enseñanza

Presencial

Profesora

Dra. Ana Vicens Poveda

Lengua vehicular

Español

Profesorado de la Asignatura

Profesor

Ana Vicens Poveda

Datos de Contacto

ana.vicens@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

Haber superado con aprovechamiento la asignatura Marketing de tercer curso. Tener curiosidad e inquietud hacia el mundo de la comunicación y los medios de comunicación.

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 cuarto curso.

Aportaciones del plan de estudios e interés profesional de la asignatura

La comunicación en las empresas de moda presenta y apoya al producto, contribuye a dar a conocer los productos y marcas, mejora la imagen de las empresas y persuade y apoya la decisión de compra.

En la actualidad, estas empresas se enfrentan a grandes retos a la hora de alcanzar cuotas de mercado relevantes. La comunicación es una eficaz herramienta que, coordinada con el resto de instrumentos de marketing, es clave para garantizarlas.

Con esta asignatura el alumno será capaz de definir la estrategia de comunicación así como de aplicar las distintas técnicas y herramientas

adecuadas según la tipología de negocio o producto que pretenda comercializar.

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

Competencias genéricas

CG0 - Hablar bien en público

Competencias básicas

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

- Desarrollar a partir de claves significativas, las habilidades necesarias para la comunicación de un discurso.
 - Conocer los pasos necesarios para la creación de una marca y la comunicación de su storytelling
 - Visualizar las diferentes teorías sobre la comunicación
 - Entender la moda como un discurso social.
 - Utilizar como herramienta del diseño el análisis de los signos.
 - Conocer y analizar las implicancias que tiene en el área proyectual, la actual convivencia de conocer diferentes discursos.
-

Contenidos / Temario / Unidades Didácticas

Breve descripción de los contenidos

- La semiología. El lenguaje. Lengua y habla. Definición de signo. Significado y significante.
- Concepto de mito para Barthes. Las figuras retóricas del mito. Los mitos de la moda. Mitologías del diseño.
- El proyecto semiótico. Deducción, inducción, abducción. Representación icónica y lenguaje verbal. Semiótica de la indumentaria.
- La crítica de moda, la moda escrita y analizada.

- Modos de pensar la comunicación y el diseño. Teorías de la emisión y de la recepción. Comunicación y diseño de indumentaria y textil.
- Definición de discurso. Producción de sentido y fenómenos sociales. Realidad y discurso social. La moda como discurso social.
- El storytelling como base de la publicidad y la comunicación.
- La moda como metáfora de otros discursos sociales.
- Significado simbólico de los colores. Los fenómenos perceptivos.
- Modernidad. La situación postmoderna. Hacia un nuevo concepto de moda: la post moda.
- Definiciones de moda. Moda como tema y situación. La moda como variación erótica. Moda como proyección e imposición. La moda: un signo - grito. Gritos y susurros de la moda.

Temario desarrollado

TEMA 1. Narrar la moda.

- 1.1. Mito y moda: semiología
- 1.2. Storytelling: la moda como historia
- 1.3. Nuevas narraciones
- 1.4. La moda escrita

TEMA 2. Branding

- 2.1. Identidad de marca
- 2.2. RSC
- 2.3. Comunicación de crisis
- 2.4. Comunicación interna

TEMA 3. El Plan Comunicación Estratégico Integral (PECI).

- 3.1. Plan de comunicación
- 3.2. Campañas y mensajes

3.3. Marca personal

TEMA 4. Medios y formatos

4.1. Estrategia de medios

4.2. Medios tradicionales

4.3. Medios digitales

TEMA 5. RRPP en las organizaciones de moda

5.1. RRPP en el Plan de comunicación

5.2. Herramientas propias de RRPP de moda

5.3. Marketing de influencers

Presentación de Proyectos

Cronograma

Unidades Didácticas / Temas	Periodo Temporal
TEMA 1. Narrar la moda	Febrero
TEMA 2. Branding	Marzo
TEMA 3. Plan de comunicación.	Marzo
TEMA 4. Medios y formatos	Abril
TEMA 5. Las RR.PP. en las organizaciones de moda	Abril
TEMA 6. Clases especiales	Mayo
Presentación de proyectos	Mayo

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
<p>Clases teóricas. Actividad formativa en el aula que, utilizando la metodología expositiva, prioriza la acción docente del profesor.</p>	<p>Método expositivo. Exposición de los temas. Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía.</p> <p>Repasos al inicio de la clase.</p> <p>Resolución de dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.</p>	CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8	38	-	38
<p>Clases prácticas</p>	<p>Discusión de casos reales. 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	22	15	37

<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.</p> <p>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>	<p>CG0, CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CE7, CE8</p>	<p>11</p>	<p>-</p>	<p>11</p>
<p>Trabajo autónomo.</p> <p>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>64</p>	<p>64</p>

Sistema de Evaluación

Id	Criterios de Evaluación	Valoración respecto a la Calificación Final
S1P	Examen final	50%
S2P	Resolución de trabajos o casos prácticos.	40%
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 2 prácticas por semestre, de manera que las asignaturas semestrales tendrán 2 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, 2 en la parte de Confección y 2 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 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 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 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.

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 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 / Webgrafía

Bibliografía básica

- Díaz Soloaga, P., (2014). *Comunicación y gestión de marcas de moda*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vázquez Casco, A.I., Martínez Caballero, E., (2011). *Marketing de la moda*. Madrid: Editorial Pirámide Esic.

Bibliografía complementaria

- Arqués, N., (2011). *Y tú, ¿qué marca eres? 14 claves para gestionar tu reputación personal*. Madrid: Alienta Editorial.
- Barthes, R., (1999). *Mitologías*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- Barthes, R., (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Madrid: Paidós.
- Chaves, N., (2006). *La imagen corporativa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Díaz Soloaga, P., (2007). *Como gestionar marcas de moda: el valor de la comunicación*. Madrid: CIE Inversiones Editoriales Dossat-2000, S.L.
- García Uceda, M., (2011). *Las claves de la publicidad*. Madrid: Esic.
- Graham, B., Anouti, C., (2018). *Promocionar la moda: comunicación, marketing y publicidad*. Madrid: Promopress.
- Gubern, R., (1997). *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16.
- Martel, F., (2012). *Cultura Mainstream, cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Santillana.
- Martínez Navarro, G. (2017). *Marketing y comunicación de moda*. Madrid: Esic.
- Ordozgoiti de la Rica, R., Pérez Jiménez, I., (2003). *Imagen de marca*. Madrid, España: Esic.
- Ollins, Wally. (2014) *Brand new*. NY: Thames & Hudson

- Pérez González, R. A., (2005). *Estrategias de comunicación*. Madrid, España: Ariel Comunicación.
- Sánchez Herrera, J., Pintado Blanco, T., (2012). *Nuevas tendencias en comunicación*. Madrid: Esic.
- Tungate, M., (2012). *Marcas de moda. Marcar estilo desde Armani a Zara*. Madrid: Editorial GG.
- VV.AA., (2006). *Identidad corporativa del brief a la solución final*. Barcelona: Gustavo Gili.

Webgrafía

- REASONS WHY. www.reasonswhy.es

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.

